



Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

Mestrado em Segurança e Qualidade Alimentar na Restauração

Autor: Janaina Peixer

Avaliação da qualidade em gastronomia tradicional

Estudo de caso: restaurantes das cidades Sinop e Sorriso Mato Grosso

Brasil

Autor: Janaina Peixer

Orientador: Professor Doutor Carlos Santiago Brandão

Coorientador: Professor Especialista de RM Carlos Ferreira da Costa

**DISSERTAÇÃO SUBMETIDA COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENÇÃO DO
GRAU DE MESTRE EM SEGURANÇA E QUALIDADE ALIMENTAR NA RESTAURAÇÃO**

ESTORIL, 2016

Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

Mestrado em Segurança e Qualidade Alimentar na Restauração

Avaliação da qualidade em gastronomia tradicional

Estudo de caso: restaurantes das cidades Sinop e Sorriso

- Mato Grosso, Brasil

Autor: Janaina Peixer

Orientador: Professor Doutor Carlos Santiago Brandão

Coorientador: Professor Especialista de RM Carlos Ferreira da Costa

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho em primeiro a minha família e em segundo aos
cozinheiros que na minha vida passaram.

AGRADECIMENTOS

A dissertação pela sua finalidade académica corresponde a um trabalho individual. Contudo existem contributos diferenciados que não podem e nem devem deixar de ser realçados. Por essa razão, é minha vontade tornar expresso os meus sinceros agradecimentos:

Aos meus pais Lourenço Peixer Neto e Berenice Halla Peixer que tornaram este trabalho possível.

Aos Senhores Professor Doutor Carlos Santiago Brandão, meu Orientador e Professor Especialista RM Carlos Ferreira da Costa, meu Coorientador pela maestria douta, pela elevada disponibilidade e magnificência mostrada ao longo do desenvolvimento do trabalho, bem como pelas críticas, correções e sugestões relevantes para a obtenção do resultado final.

Ao Senhor Professor António Fernandes pela magnífica e inestimável cooperação, pela constante disponibilidade no suporte estatístico deste trabalho.

Aos meus irmãos Fernando Peixer e Jamile Peixer Brito pela motivação emocional.

RESUMO

Este trabalho teve por objetivo, avaliar a percepção da qualidade na ótica do consumidor nos restaurantes das cidades de Sorriso e Sinop (Mato Grosso), foi igualmente efetuada uma avaliação ao cumprimento dos requisitos em termos de boas práticas de fabrico e manipulação. Assim o estudo de caso propôs verificar se a qualidade oferecida condiz com a qualidade percebida. O estudo foi desenvolvido em 30 restaurantes das duas cidades com uma população alvo de 300 inqueridos, a qual classificou tanto a valorização no momento de escolha do restaurante quanto a classificação da satisfação por ela percebida. Foi aplicado uma *check-list* (lista de verificação) baseado na legislação vigente no Brasil, de forma a verificar o nível de não-conformidades em termos de pré-requisitos apresentadas pelos estabelecimentos, e os resultados globais da mostraram uma variação de 10,8 a 87% de não-conformidade. Destacam-se os seguintes valores de não-conformidades 10,7% em “higiene e saúde dos funcionários”, 42,56% em “qualidade sanitária de produção”, 39,67% em “higienização das instalações e ambientes” e 30,35% em “qualidade sanitária das edificações”. Pela análise de 300 respostas válidas, verifica-se que o consumidor se sente confiante quando se desloca a um espaço de restauração, contudo 72% julgam a segurança alimentar como extremamente importante e sua maioria reconhece o risco de toxinfecção alimentar como variável mais preocupante. Os consumidores que frequentam estes restaurantes sentem a necessidade de variedade e inovação gastronômica, ao que atualmente não atendem suas expectativas. Numa escala mediana de 1 a 5, o sabor classificou-se 4,76 expectativas dos consumidores vs 3 de satisfação, a variedade da ementa 4,40 expectativas vs 2,5 de satisfação e a variedade (opções) de preço 3,82 expectativas vs 2,52 de satisfação. Diante do cenário foram apresentadas diferenças significativas entre suas expectativas e a satisfação com os atributos oferecidos, sendo que 36% classificaram a experiência como boa, porém 59,4% tem a intenção de voltar e 35,3% não pretendem retornar.

Palavra-chave: qualidade, alimentação, serviços, satisfação, segurança alimentar.

ABSTRACT

The objective of this work was to present the research carried out regarding the analysis made from the consumers' point of view in the restaurants of the cities of Sorriso and Sinop (Mato Grosso), together with the observational analysis of the minimum requirements of good manufacturing and handling practices. The research was carried out in 30 restaurants of the two cities with a target population of 300 required, which classified both the valuation at the time of choosing the restaurant and the classification of satisfaction perceived by it. A checklist was applied based on the legislation in force in Brazil, in order to verify the level of nonconformities presented by the establishments. The results showed a variation of 10.8 to 60.9% of nonconformity. They also classified 10.7% of non-compliance in "hygiene and health of employees", 42.56% in "sanitary quality of production", 39.67% in "hygiene of facilities and environments" and 30.35% in "Sanitary quality of buildings ". Thus, it was important to understand how the consumer perceives the current state of food quality and safety in restaurant services in the cities of Sorriso and Sinop, and what mechanisms or attitudes he uses to implement them. By analyzing 300 valid answers, it is verified that the consumer feels confident when moving to a restoration space, yet 72% consider food safety as extremely important and most of them recognize the risk of food poisoning as a more worrying variable. But consumers who frequent these restaurants feel the need for variety and gastronomic innovation, which currently do not meet their expectations. On a median scale of 1 to 5 as expectations vs satisfaction were classified as following variables; Flavor 4.76 vs 3, Variety of menu 4.40 vs 2.5 and variety (options) 3.82 vs 2.52. Before the scenario was presented significant differences between their expectations and satisfaction with the attributes offered, 36% rated the experience as good but 59, 4% intend to return and 35,3% do not intend to return.

Keyword: quality, food, service, satisfaction, food safety.

SUMÁRIO

DEDICATÓRIA	i
AGRADECIMENTOS	ii
RESUMO	iii
ABSTRACT	iv
ÍNDICE DE FIGURAS	vii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	viii
ÍNDICE DE APÊNDICES	x
CAPÍTULO 1:	14
INTRODUÇÃO	14
JUSTIFICAÇÃO DO TEMA	18
PERGUNTA DE PARTIDA DA INVESTIGAÇÃO	19
CAPÍTULO 2:	20
2.1. O RESTAURANTE, O ALIMENTO E A SAÚDE	20
2.2. QUALIDADE	23
2.2.1. ABORDAGENS DA QUALIDADE	24
2.3. EXPECTATIVAS E PERCEÇÃO DO CONSUMIDOR.....	27
2.4. QUALIDADE EM SERVIÇOS.....	31
2.5. QUALIDADE E SEGURANÇA ALIMENTAR	33
2.6. SEGURANÇA ALIMENTAR	36
CAPÍTULO 3:	39
3.1. MATERIAIS E MÉTODOS	39

3.2. ELABORAÇÃO DO QUESTIONÁRIO.....	40
3.3. TRATAMENTO ESTATÍSTICO.....	41
CAPÍTULO 4:	45
4.1. RESULTADOS E DISCUSSÃO	45
4.1.1. QUESTIONÁRIO	45
4.1.2. PRÉ-REQUISITOS	61
CAPÍTULO 5:	70
5.1. CONCLUSÃO	70
5.2. LIMITES DA INVESTIGAÇÃO	72
5.3. RECOMENDAÇÕES PARA INVESTIGAÇÕES FUTURAS	72
BIBLIOGRAFIA	I
APÊNDICES:	XVII
ANEXO : Lista de verificação	XXXIII

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1: QUALIDADE AO LONGO DO CICLO DE VIDA DO PRODUTO	25
COMO DEMONSTRA A FIGURA 2: CICLO DE MELHORIA CONTÍNUA (PDCA):.....	26
FIGURA 3: NÍVEL DE SATISFAÇÃO E OBTENÇÃO DE LEALDADE DO CONSUMIDOR.	28
FIGURA 4: QUALIDADE PERCEBIDA DO SERVIÇO	29
FIGURA 5: TESTES NÃO - PARAMÉTRICOS (ADAPTADO DE SIEGEL, S.).....	43

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: DISTRIBUIÇÃO DOS SURTOS DE DTA POR LOCAL DE OCORRÊNCIA - BRASIL.	37
GRÁFICO 2: OCORRÊNCIAS SURTOS DTA - BRASIL	38
GRÁFICO 3: DISTRIBUIÇÃO DOS SURTOS POR REGIÃO - BRASIL	39
GRÁFICO 4: AMOSTRA RESULTADOS SEXO	45
GRÁFICO 5: AMOSTRA RESULTADOS ESCOLARIDADE	46
GRÁFICO 6: AMOSTRA RESULTADOS IDADE	46
GRÁFICO 7: AMOSTRA RESULTADOS ESTADO CIVIL	47
GRÁFICO 8: AMOSTRA RESULTADOS CIDADE DE RESIDÊNCIA	47
GRÁFICO 9: AMOSTRA RESULTADOS CIDADE DE RESIDÊNCIA	48
GRÁFICO 10: AMOSTRA RESULTADO FREQUÊNCIA REFEIÇÕES FORA DE CASA.....	48
GRÁFICO 11: AMOSTRA RESULTADOS RAZÃO POR QUAL OPTA O RESTAURANTE.....	49
GRÁFICO 12: IMPORTÂNCIA SEGURANÇA ALIMENTAR	49
GRÁFICO 13: AMOSTRA RESULTADO MANIPULAÇÃO DOS ALIMENTOS COM RELAÇÃO AO CONTROLE DA TEMPERATURA	50
GRÁFICO 14: CLASSIFICAÇÃO DA EXPERIÊNCIA NO RESTAURANTE COM A INTENSÃO DE VOLTAR	51
GRÁFICO 15: AMOSTRA RESULTADO SATISFAÇÃO VARIEDADE E INOVAÇÃO NO SETOR GASTRONÔMICO.....	52
GRÁFICO 16: : AMOSTRA RESULTADO PREOCUPAÇÃO INTOXICAÇÃO ALIMENTAR, ALERGIAS, SAL, VALORES NUTRICIONAIS	53
GRÁFICO 17: AMOSTRA RESULTADO VALORIZAÇÃO EM TERMOS GASTRONÔMICOS	54
GRÁFICO 18: AMOSTRA RESULTADO VALORIZAÇÃO ESCOLHA DO RESTAURANTE	54

GRÁFICO 19: AMOSTRA RESULTADO EXPECTATIVA VS SATISFAÇÃO 55

GRÁFICO 21: AMOSTRA RESULTADO NÃO - CONFORMIDADES LISTA DE VERIFICAÇÃO.. 62

ÍNDICE DE APÊNDICES

APÊNDICE 1: EXEMPLO QUESTIONÁRIO APLICADO	XVIII
APÊNDICE 2: RESULTADO ESTATÍSTICO ASSOCIAÇÃO DO RENDIMENTO MENSAL E A VALORIZAÇÃO DO CARDÁPIO	XXIV
APÊNDICE 3: RESULTADO ESTATÍSTICO SEGURANÇA ALIMENTAR E MANIPULAÇÃO CORRETA DOS COZINHEIROS COM RELAÇÃO A TEMPERATURA	XXV
APÊNDICE 4: RESULTADO ESTATÍSTICO CLASSIFICAÇÃO DO RESTAURANTE E INTENÇÃO DE VOLTAR	XXVI
APÊNDICE 5: RESULTADO ESTATÍSTICO VALORIZAÇÃO DO CARDÁPIO E O GRAU DE SATISFAÇÃO	XXVII
APÊNDICE 6: RESULTADO ESTATÍSTICO VALORIZAÇÃO DO SABOR E GRAU DE SATISFAÇÃO	XXVIII
APÊNDICE 7: RESULTADO ESTATÍSTICO ENTRE O GRAU DE VALORIZAÇÃO (EXPECTATIVA) E O GRAU DE SATISFAÇÃO SABOR - PREÇO - VARIEDADE CARDÁPIO	XXIX

LISTA DE ABREVIATURAS

ABERC – Associação Brasileira das Empresas de Refeições Coletivas

ABIA – Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação

ABRASEL – Associação Brasileira de Bares e Restaurantes

AHRESP – Associação de Hotelaria, Restaurantes e Similares de Portugal

ANVISA – Agência Nacional de Vigilância Sanitária

APPCC – Análise de Perigos e Pontos Críticos

ASAE – Autoridade de Segurança Alimentar e Económica

BPM – Boas Práticas de Manipulação

BPF – Boas Práticas de Fabrico

CAC – Comissão do *Códex Alimentarius* (Código Alimentar)

DTAS – Doenças Transmitidas por Alimentos

EUREPGAP - Euro-Retail Produce Working Group – EUREP for Good Agriculture Practices – GAP

g.a. – géneros alimentícios

GEPROS – Gestão da Produção, Operações e Sistemas

HACCP – Sistema de Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controlo (Hazard Analysis and Critical Control Point)

HST – Higiene e segurança do trabalho

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

ISC – Instalações sanitárias para os colaboradores

ISO – International Organization for Standardization (Organização Internacional para Padronização)

NBR – Associação Brasileira de Normas Técnicas

OMS – Organização Mundial de Saúde

POPs – Procedimentos de Operacionais Padronizados

PIB – Produto Interno Bruto

PP – Processo Produtivo

RDC – Resolução da Diretoria Colegiada

SBTCA – Sociedade Brasileira de Ciência e Tecnologia de Alimentos

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SENAC – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial

SENAI – Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial

SESI – Serviço Social da Indústria

SGSA – Sistema de Gestão de Segurança Alimentar

SINAN – Sistema Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional

SVS – Secretaria Vigilância em Saúde

TIA – Toxinfecção Alimentar

UAN – Unidade de Alimentação e Nutrição

ZAF – Zona de armazenagem a frio

ZATA – Zona de armazenagem à temperatura ambiente

ZCC – Zona de cozinha e copa

ZRMP – Zona de receção de matérias-primas

ZU – Zona de utentes

CAPÍTULO 1:

INTRODUÇÃO

“As pessoas têm vindo a comer, digerir, provar, cozinhar, formar necessidades, desejar, degustar de, roubar e comprar comida através da história, mas só recentemente temos vindo a confiar – ou desconfiar – da alimentação (...)” (Kjaernes, 2007).

O domínio no campo da alimentação delineou a sensibilidade e atenção a ponto de evidenciar seu espaço cultural, comportamental e econômico. Por várias razões as pessoas têm uma visão forte sobre o que comem e bebem (The Prince of Wales International Business Leaders Forum, 2002). É um setor em que as questões relacionadas com a confiança do consumidor se impõem de forma bastante premente nas agendas dos governos, e das empresas a nível mundial (Andrade, 2013).

A cadeia de valor no setor alimentar é composta por inúmeros intermediários, o que obriga a um estreito controlo de forma a diminuir a perceção de risco que se encontra associado ao consumo deste tipo de produtos. Por questões que se prendem bastante com a segurança e qualidade é um dos setores mais regulamentados e certificados. Trata-se, sem dúvida, de um dos setores em que as empresas mais terão de estar centradas numa relação de confiança extrema com seus atuais e potenciais consumidores (Gomes, 2015).

Ao abordar o tema da qualidade de serviços, pensa-se imediatamente em fatores como higiene, segurança, bom atendimento e qualidade do produto/serviço final. Em serviços de alimentação uma ferramenta de apoio para a implantação do programa de qualidade é a ISO 22000:2006, uma norma que define os requisitos de um sistema de gestão de segurança de alimentos abrangendo todas as organizações da cadeia alimentar, da "colheita à mesa", mediante a incorporação de todos os elementos de Boas Práticas de Fabricação (BPF) e o sistema de Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle

(APPCC) com um sistema de Gestão da Qualidade adequado, permitindo à organização demonstrar que os seus produtos cumprem com os requisitos dos seus clientes, assim como os requisitos regulamentares aplicáveis à segurança de alimentos (Almeida, Costa, & Gaspar, 2010). A gestão da qualidade é uma peça chave na estrutura de um sistema eficiente na garantia de fornecimento de um alimento seguro por empresas do serviço de alimentação e aumento da confiança de quem se consome (Almeida, Costa, & Gaspar, 2010).

O setor da restauração apresenta características muito atraentes ao estudo do valor percebido e envolvimento, tendo em vista a participação e o envolvimento do consumidor no processo de entrega do serviço, com inerente percepção de risco elevada, tornando mais complexa a operacionalização e o controle da qualidade e do valor (Lovelock & Wright, 1999). Além disso, possibilita ao cliente uma avaliação imediata em relação aos serviços oferecidos dando margens a uma aceitação ou rejeição por parte dos mesmos, até antes do consumo do serviço oferecido. Cronin, Brady & Hult (2000) examinam a interrelação de qualidade, satisfação e valor sobre as intenções comportamentais dos consumidores.

Como exemplo de apoio regulamentar que podemos encontrar em todos os países, em Portugal a ASAE é a autoridade administrativa nacional responsável pela avaliação e comunicação dos riscos na cadeia alimentar, bem como pela disciplina do exercício das atividades económicas nos setores alimentar e não-alimentar, mediante a fiscalização e prevenção de cumprimento da legislação cumpridora das mesmas. A ASAE foi criada em 2006 através do DL N°237/2005 de 30/12 e segundo análise de notícias que saíram na imprensa nos primeiros anos de surgimento da ASAE (2006 e 2007) verificou-se uma grande visibilidade pública que acabou por transmitir alguma confiança aos consumidores portugueses relativamente às condições de higiene e qualidade oferecidas pela restauração portuguesa. No período de um ano e três meses, desde que iniciou atividade, a ASAE suspendeu a atividade de 500 restaurantes, um restaurante por dia. As condições higiénicas eram de tal forma deficientes que punham em causa a saúde pública e a segurança dos consumidores” (Diário de notícias, 2007). Apesar de ter havido algum clima de contestação, entre por um lado a ASAE e por outro alguns proprietários de restauração e o presidente da AHRESP, sobre o suposto excesso de

suspensões e fiscalizações, os consumidores acreditam que se o restaurante está em funcionamento é porque cumpre os níveis exigidos pela ASAE, logo será confiável. Efetivamente seria interessante perceber qual o impacto desta visibilidade de confiança dos portugueses nos produtos alimentares na restauração (Gomes, 2015).

Em seu estudo, Edelman caracterizou a confiança dos portugueses a nível internacional. Os dados apresentados neste estudo em 2013 indicam que o setor de atividade alimentação e bebida revela um ligeiro aumento de confiança face ao ano anterior, passando de 71% dos consumidores para 72%. Os consumidores portugueses confiam mais nas empresas do setor alimentar e bebidas do que o resto dos consumidores europeus os quais são 60%, e dos mundiais 66% (Edelman, 2013).

Segundo dados da Associação Brasileira das Empresas de Refeições Coletivas (ABERC), em 2015, o Brasil faturou 7,8 bilhões de reais com estimativa para 6,9 bilhões para 2016. O mercado potencial de refeições está estimado em 24 milhões/dia, e em 19 milhões nas escolas, hospitais e forças armadas (ABERC, 2015). Mesmo com um significativo destaque na economia brasileira, o *food service* ainda tem grande potencial de expansão se comparado à Europa e Estados Unidos, onde são destinados de 50% a 60% do consumo de alimentos à alimentação fora do lar. Nos Estados Unidos há mais ou menos a mesma quantidade de estabelecimentos que no Brasil, cerca de um milhão, mas a faturação é cinco vezes maior, o que denota um volume de refeições servidas muito superior (Portal Brasil, 2014).

Para defender a favorável perspectiva, alguns dados chamam atenção, entre eles do IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, que revela que o brasileiro gasta cerca de 25% do seu rendimento mensal com alimentação fora do lar. A Associação de Bares e Restaurantes estima que o setor represente, hoje, 2,7% do PIB brasileiro. Já a Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação (ABIA) destaca que o setor tem crescido a uma média anual de uns pujantes 14,2%. (ABRASEL, 2015). Porém, existe uma grande dificuldade das empresas de serviço de alimentação, em especial restaurantes, frente ao atendimento das exigências de clientes, mercados e órgãos governamentais quanto à contínua aceleração do ritmo das mudanças nas rotinas destas empresas relativas à garantia de fornecimento de alimentos seguros e de qualidade. Os administradores e responsáveis técnicos estão em busca de modelos e experiências que

os permitam entenderem melhor a dinâmica das organizações do mesmo perfil e suas próprias possibilidades de atuação (Almeida, Costa, & Gaspar, 2010).

Entre os principais prejuízos ocasionados por contaminação alimentar sofridos pelo setor de alimentação comercial no Brasil estão a rejeição de produto, o desgaste da imagem da empresa e/ou marca do produto (e os investimentos necessários a sua recuperação), o impacto negativo nas demais empresas que produzem ou comercializam produtos semelhantes, a perda de confiança do consumidor, os custos de uma administração de crise e, somados a estes pontos pode-se acrescentar ainda os gastos com perda de postos de trabalho. (Almeida, Costa & Gaspar, 2010)

A necessidade de confiança só aparece numa situação de risco. Apesar de muitos autores terem reconhecido a importância do risco no entendimento da confiança, ainda não existe consenso. Não é claro se o risco é um antecedente da confiança, se é ele mesmo confiança ou se é resultado desta. Considera-se, contudo, que esta é considerada crucial quando existe risco percebido e falta outro mecanismo de controle (Schoorman, Mayer, & Davis, 2007). A confiança do consumidor permite que uma organização corra riscos que são fundamentais para inovação, produtividade e competitividade (Choi, Eldomiaty, & Kim, 2007).

Analisando os estudos já realizados nessa área, identifica-se a existência do consenso que a qualidade percebida de serviços e satisfação do consumidor são construtores separados, mas que participam de uma estreita relação (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988).

Neste contexto de uma estratégia de definição na melhoria da Qualidade de Serviços prestados este estudo buscou entender qual a expectativa e grau de satisfação do consumidor em restaurantes tradicionais nestas cidades e como os mesmos implementam a qualidade e consequentemente as Práticas de Segurança Alimentar. Identificar e compreender estes fatores como um importante eixo de reflexão para o desenvolvimento da motivação e aperfeiçoamento de práticas gerenciais que busquem a segurança de alimentos relacionada como requisito de qualidade, ao sucesso organizacional, valorizando sempre as características peculiares do setor e potencializar o grau de expectativas da qualidade na visão do cliente e se elas estão sendo atendidas.

JUSTIFICAÇÃO DO TEMA

A incidência no conhecimento da percepção da qualidade dos consumidores e suas reais expectativas, como ponto de partida, no setor gastronômico das cidades de Sorriso e Sinop, justifica-se pelo elevado potencial de crescimento econômico e populacional, reflexo decorrente a produção em agronegócios para exportação em larga escala e região demográfica com temperatura média anual de 32°C (entre 40 °C e a mínima abaixo de 20 °C) - (INMET - Instituto Nacional de Meteorologia, 2016). Num intervalo de 19 anos, o desenvolvimento humano medido no estado de Mato Grosso, estado onde encontram-se as cidades de Sorriso e Sinop, registrou avanço de mais de 61%, deixando a condição de "muito baixo" para patamares considerados "altos". A avaliação é uma das constatações do mais atualizado mapeamento da qualidade de vida no Brasil feito pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), com base no Índice de Desenvolvimento Humano Municipal - IDHM (Dioz, 2014).

Por outro lado, este estudo de caso será o primeiro no Estado. No Brasil, os estudos feitos até 2014, sobre as condições higiênicas de serviços de alimentação, foram agrupados por região do país. A região Sudeste apresentou o maior número de publicações (37,4%), seguida pela região Sul (28,57%). As regiões Nordeste, Centro-Oeste e Norte compreenderam 14,28%, 11,42% e 8,57% das publicações no período, respectivamente. Os Estados que apresentaram maior número de publicações foram São Paulo (SP) e Rio Grande do Sul (RS), cada um com seis publicações no período. (Silveira, Bauermann, Floriano & Garcia, 2016). Nenhum estudo foi feito no estado do Mato Grosso, onde se situam as cidades em questão. Este estudo também tem a disposição em servir de instrumento capaz de orientar e tentar explicar de forma simplificada que o sistema de gestão da qualidade e o sistema de gestão administrativo estão associados, do mesmo modo que a gênese das expectativas pressupõe um certo grau de subjetividade na experiência de consumo e suas justificações deduzidas são influentes, ou se tornam determinantes no poder de decisão do mercado.

PERGUNTA DE PARTIDA DA INVESTIGAÇÃO

Definiu-se, este estudo de caso que tem como objetivo analisar as variáveis existentes dentro da qualidade e segurança alimentar oferecidas e percebidas no segmento da restauração. Assim sendo, apresenta-se a seguinte pergunta de partida:

“Há associação entre a implementação e a percepção da qualidade alimentar nos restaurantes das cidades de Sorriso e Sinop?”

Com o decorrer da investigação, apresentam-se as questões provenientes da pergunta de partida:

- Qual o perfil do consumidor nos restaurantes de Sorriso e Sinop?
- Qual o grau de expectativas destes consumidores?
- Quais as deficiências por eles percebidas?
- Em que nível se encontra a implementação da qualidade do setor de gestão da restauração nas duas cidades?
- Qual o grau de satisfação do consumidor?

CAPÍTULO 2:

2.1. O RESTAURANTE, O ALIMENTO E A SAÚDE

A partir do século XVI, surgiu a necessidade de um estabelecimento que pudesse ser classificado *restaurant*. Depois do surgimento das estalagens que já forneciam refeições aos viajantes, e as tabernas que disponibilizavam comida, vinho e aguardente, outro estabelecimento foi criado, nomeado como restaurante. Os dicionários do século XVII e XVIII de *Furetière* e *Trévoux* definiam o *restaurant* como uma preparação semi-medicinal, enquanto a volumosa *Encyclopédie* (1751-1772) de *Diderot e D'Alembert* classificava *Restaurant* como um termo médico onde eram servidas receitas com bases restaurativas. Muitos livros de culinária franceses do século XVIII incluíam longas receitas com base no caldo de carne chamados *Restaurants*, que prometia, restaurar a saúde dos doentes sofrendores e o sabor a, de outro modo, insípidos. (Spang, 2003)

Nos tempos atuais ler a perspectiva de *Grimond de la Reynière* em seu discurso gastronômico sobre o abismo necessário que separava a confecção do consumo, a cozinha da sala de jantar, onde discursava: “Com a comida tal qual como as leis, para achá-la boa, não se deve assistir o seu fabrico” (Spang, 2003), nos causa no mínimo uma aversão cultural, devido às grandes mudanças geradas pelo conhecimento transitório da importância da higiene alimentar na manipulação dos alimentos nos restaurantes. É comum pensar no alimento como uma das atividades humanas mais importantes, não só para as razões biológicas, mas também pelos aspetos econômicos e culturais. O consumo de alimentos está fortemente ligado às práticas sociais, que influenciam as escolhas alimentares (Zamberlan, 2009).

As concepções sociais tanto como os hábitos alimentares transformara-se em ritmo acelerado assim como os parâmetros sociais em geral, dentro desta alteração dos hábitos alimentares, desenvolveu-se uma direta correlação entre alimentos e saúde. De acordo com a declaração da “*First Global Conference on Healthy Lifestyles and Noncommunicable disease control*”, a promoção de uma alimentação saudável é um ponto de especial atenção para ter melhor saúde (OMS, 2011).

Devido ao crescimento acelerado e demanda, a revolução industrial trouxe alterações radicais nos métodos de produção, processamento, armazenamento e distribuição de alimentos. O rápido desenvolvimento econômico e tecnológico determinou mudanças consideráveis no estilo de vida. Destina-se pouco tempo para cozinhar. Ao mesmo tempo, os consumidores estão mais informados e exigentes e procuram produtos alimentares mais naturais e saudáveis, sem esquecer a segurança alimentar (Dias & Afonso, 2015).

Mundialmente, desde o ano 2000, mais de mil milhões de pessoas foram viver para áreas urbanas e esse crescimento deverá acentuar-se nos próximos anos (WHO, 2014), especialmente em zonas mais urbanas, denota-se um processo de distanciamento humano em relação aos alimentos. Por outro lado, os consumidores começam a apresentar um papel mais ativo, interessam-se pela origem dos alimentos, pelo processo de produção e sustentabilidade ambiental (Dias & Afonso, 2015). Verifica-se também a valorização de alimentos preferencialmente pouco industrializados e locais, mais autênticos e naturais (Barbosa, 2009).

No decorrer dos anos os consumidores aumentaram a preocupação com os alimentos seguros, não apenas no sentido da probabilidade em originar doenças alimentares, mas também como alimentação preventiva no caso de doenças crônicas. Na generalidade, este tema vem sendo debatido há muitos anos, com questões que vão mudando no decorrer do tempo. Por exemplo, na década de 70 os aditivos químicos foram muito debatidos, na década de 80 os resíduos de pesticidas e irradiação foram a maioria das questões levantadas, entretanto, na década de 90 vieram as questões biológicas. A OMS (2015) começou a divulgar os primeiros resultados de uma análise sobre a atual carga global de doenças transmitidas por alimentos. Desde 2010, foram registrados em âmbito mundial pelo menos 582 milhões casos de 22 doenças entéricas transmitidas por gêneros alimentícios — pouco mais de 40% eram crianças com menos de 5 anos. No total, foram 351 mil mortes, a maior parte causada por *Salmonella typhi* (52 mil), *Coli enteropatogênica* (37 mil) e *norovírus* (35 mil). Nesse sentido, os cientistas ligados a alimentação acreditaram que esses números poderiam ser consideravelmente reduzidos se os alimentos fornecidos, armazenados e manipulados de forma higiênica (Potter & Hotchkiss, 2002).

Assim, a segurança dos alimentos sob o aspecto sanitário desempenha um importante papel para o consumidor. Após os episódios sanitários que ocorreram no final dos anos de 1990 e início de 2000, mais do que nunca, a segurança dos produtos alimentares constitui uma preocupação central aos olhos dos cidadãos e das entidades responsáveis, bem como uma condição necessária ao reforço da proteção dos consumidores (Andrade, 2013).

2.2. QUALIDADE

“If quality is to be managed, it must first be understood”. David Garvin

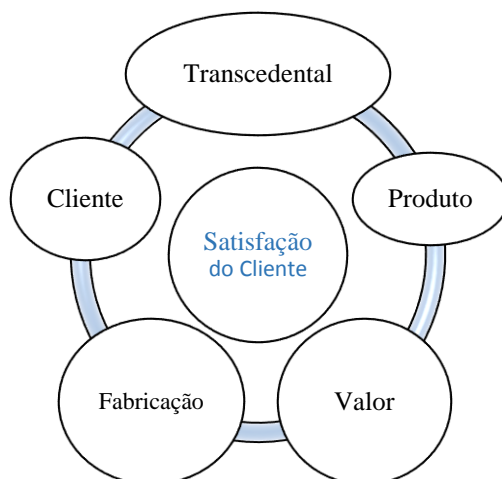
Entende-se por qualidade percebida o juízo que o consumidor faz acerca da excelência ou superioridade geral de uma entidade (Zeithaml, 1987). A qualidade percebida constitui uma forma de atitude, relacionada mais não equivalente a satisfação, que por sua vez resulta na comparação entre expectativas e um determinado desempenho (Bolton & Drew, 1991; Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988). Neste contexto, a qualidade percebida é diferente da satisfação já que é uma atitude e uma avaliação global, não propriamente uma medida específica de transação tal como a satisfação (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988). Sendo assim relaciona-se a qualidade ao produto e suas conformidades em especificações, no entanto expandiu-se essa definição para um conceito que abrange o cliente. Assim, o conceito de qualidade mais utilizado traduz o nível a que determinado bem ou serviço satisfaz ou excede as expectativas do cliente (Zeithaml, Parasuraman & Berry, Delivering Quality Service, 1990; Behara & Gundersen, 2001).

2.2.1. ABORDAGENS DA QUALIDADE

Como demonstrou Suarez (2015), mesmo sendo o Cliente uma característica nos conceitos citados pelos autores até então, Garvin (1987) reconheceu que a afluência entre as concepções era um entrave ao entendimento da atual situação e então propôs uma visão ampla e inclusiva, a considerar cinco abordagens principais, sendo elas a Transcendental, quando a qualidade é uma “excelência inata” que só pode ser reconhecida pelo cliente através de sua própria experiência o produto; Centrada no produto, quando a qualidade é uma variável mensurável e precisa que pode ser encontrada no conjunto das características e atributos de um produto; Centrada no valor, quando a qualidade é função do nível de conformidade do produto a um custo aceitável, isso vincula as necessidades do consumidor aos requisitos da fabricação; Centrada na fabricação quando a qualidade depende da conformidade com os requisitos, conforme estabelecidos pelo projeto do produto e Centrada no cliente quando a qualidade está definida pelo atendimento às necessidades e conveniências do cliente, este enfoque é subjetivo pois as preferências do cliente variam.

Garvin (1987) entende que, ao invés do uso de uma abordagem em detrimento da outra, é fundamental a coexistência dessas diferentes definições para garantir o sucesso dos produtos. A predominância de um ângulo único iria certamente ignorar as expectativas e necessidades do cliente e de outras partes interessadas. Ao contrário, como exemplifica-se a figura 1, a interação e o choque entre essas múltiplas perspectivas assegura a plena compreensão da Qualidade ao longo do ciclo de vida do produto.

Figura 1: Qualidade ao longo do ciclo de vida do produto



Fonte adaptada de Suarez (2015).

Então, a partir desta concepção surge a necessidade que as empresas aprendam a gerenciar a abordagem da Qualidade, mudando conforme passamos da fase de projeto à fase de produção ou à operação e desta para a fase de mercado ou de entrega regular. Deste modo, garantindo a efetiva possibilidade de que estas definições convivam e abram um importante campo de análise e discussão interna sobre o significado de Qualidade em cada etapa (Suarez, 2015).

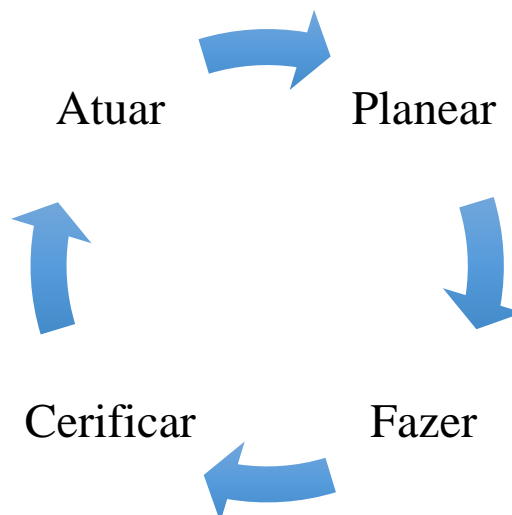
Diversos autores como, Anderson, Rungtusanatham & Schroeder (1994) preconizaram o Método de Deming (1986) como uma maneira distinta de integrar a Gestão da Qualidade. Segundo estes autores, a eficácia deste método resulta não só do esforço da liderança em criar uma organização estável na cooperação e aprendizagem, mas também da reflexão de melhorar continuamente os produtos e serviços. A cooperação e a aprendizagem são determinantes tendo como propósito facilitar a implementação de práticas e processos orientadas para satisfação do cliente (Almeida M. R., Marketing de Serviços, 2014).

A grande importância ao processo de melhoria contínua, cuja sequência de atividades é conhecida como a “roda de *Deming*”, que correspondem as atividades de Planejar, Implementar, Verificar e Melhorar, cujo plano são fundamentos para gerir qualquer projeto (Deming, 1986).

Do processo constam os seguintes passos:

1. Qualquer melhoria deve começar por ser planeada (**Plan**), o que envolve a recolha dos dados, seu processamento e, posteriormente, o estudo e análise da informação obtida;
2. Com base na informação fornecida pelo planeamento, devemos formular um plano de ação para melhorar o desempenho e implementá-lo (**Do**);
3. Seguidamente, há que verificar se o plano foi devidamente implementado (**Check**), através do controle estatístico, controlar a sua operacionalização e avaliar se a nova solução resultou nas melhorias esperadas;
4. Após a avaliação da mudança, que pode ser positiva ou negativa, é necessário atuar (**Act**), consolidando se foi bem-sucedida, ou retirando todos os ensinamentos que daí resultaram, se foi malsucedida.

Como demonstra a figura 2: Ciclo de Melhoria Contínua (PDCA):



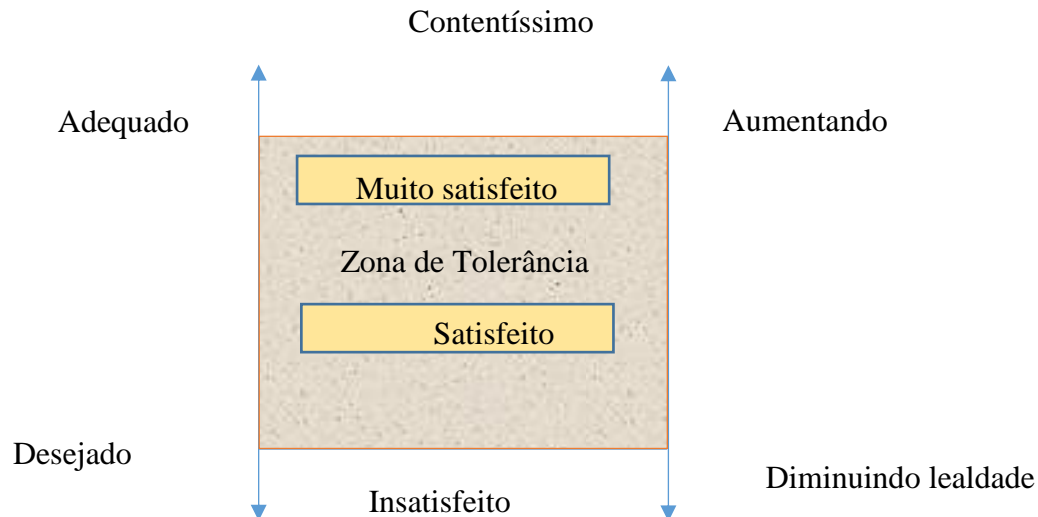
Fonte própria adaptada de Slack, *et al.*, 1999.

2.3. EXPECTATIVAS E PERCEÇÃO DO CONSUMIDOR

A qualidade ou ausência de defeitos se comunica com a necessidade do cliente e acaba em sua satisfação. Esta depende do desempenho do produto/serviço percebido em função das expectativas do comprador (Kotler & Armstrong, 1998). Com a consolidação de que o cliente passou a ser o elemento central de qualquer organização, ganha particular dimensão no caso de serviços. Nesta circunstância devido a intangibilidade, o elemento central desloca-se de produto para a relação entre o prestador do serviço e o cliente. O cliente passa a ser o elemento determinante. Entretanto cada cliente é um caso, com necessidades e exigências específicas. A este pressuposto de que o cliente é o elemento chave, devera corresponder a orientação para o cliente por parte da organização, tendo como preocupação dominante a sua continuidade através de uma gestão personalizada visando o fortalecimento das relações e fidelização. (Leitão, 2012)

A satisfação do cliente é atingida em decorrência de um conjunto de experiências que ele vivenciou com a organização. Nesse efeito, a lealdade do consumidor dependerá do nível de excelência que a empresa atinja sob a ótica do cliente (Mittal & Kamakura, 2001). Cabendo a empresa a ultrapassar os níveis intermediários de satisfação neles despertados, para que este, ainda satisfeito não consuma os serviços de um concorrente. Dando sequência a esse raciocínio, Holley, Saunders & Piercy (2001) evidenciam a diferença existente entre o serviço que o cliente deseja obter e o que de fato obteve, havendo níveis de tolerância que exprimem o quanto o consumidor ficou satisfeito com a empresa; e relacionam esses níveis de satisfação com o grau de probabilidade de obter a lealdade desse consumidor diante da ultrapassagem positiva da zona de tolerância, conforme visualizado na figura a seguir:

Figura 3: Nível de Satisfação e obtenção de lealdade do consumidor.

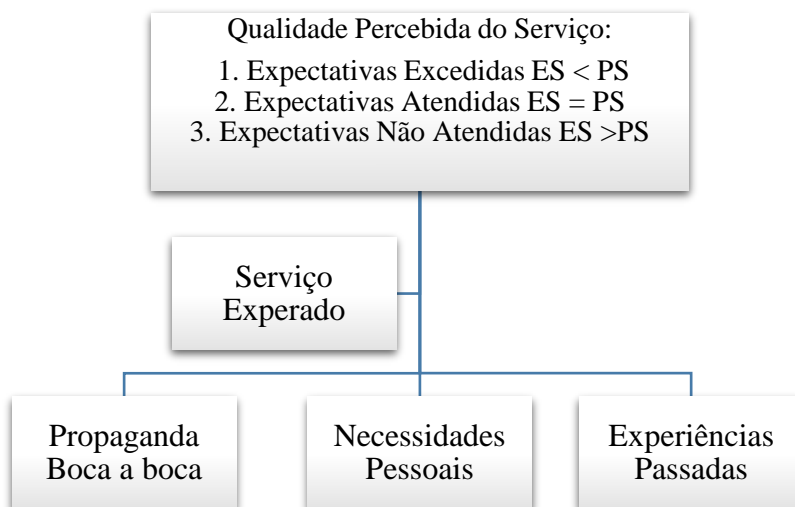


Fonte: Hooley Saunders Peurcy (2001).

Todavia, para que se obtenha a excelência, faz-se necessário também o gerenciamento das expectativas dos clientes e da percepção deles em relação ao serviço.

São três as características citadas da expectativa: 1. Comunicação “boca a boca”, que ocorre através de recomendações formais e informais sobre o desempenho do estabelecimento; 2. Necessidades pessoais do consumidor (que indicam motivos da aquisição do serviço); e por fim, 3. Experiências passadas, que ocasionam o pré-conceito do consumidor em relação à empresa, devido atendimentos bem ou mal-executados em outros estabelecimentos (Miranda & Pinto, 2002):

Figura 4: Qualidade percebida do serviço



Fonte: própria adaptação de Zeithamel; Berry e Parasuraman, 1985, p.48 (citados por Fitzsimmons, 2000).

Entretanto, ainda quando falamos em Expectativas *versus* Experiências do consumidor, devemos abranger mais do que um plano estratégico teórico, abrimos uma amplitude de questões que ganham preponderância se considerarmos as investigações que tem vindo a ser publicadas nos últimos anos que comprovam que a ação do marketing, incluindo preço e a publicidade, poderão determinar o próprio grau de performance do produto/serviço, além ou aquém do que as propriedades intrínsecas levariam a supor. Podemos dizer então, que se estabelece o papel modulador de expectativas na sua ocorrência, e apresentam-se as duas abordagens em procedimentos que incitam o efeito (por imediatismo ou condicionamento). Assim apresentando os serviços como produtos de grande consumo, salientando-se o papel das crenças, da motivação e da atribuição de relevância no processo de gerar expectativas (Leitão, 2012).

Temos exemplos comuns na gastronomia, podemos nomeá-lo como efeito de consumo hedónico (sugerido ao prazer): a alta gastronomia em sua atual performance comercial.

Ainda quando falamos em experiências bem-sucedidas, assim como um produto tem a capacidade de fidelizar o consumidor através da marca, e seus esforços por produzir um

bem de qualidade, o serviço tem esse poder igual... “a extraordinária capacidade humana para simulação mental de eventos passados e futuros, a tendência geral para vaguear mental”, que diria expressos na propensão metafórica, conduziu ao enriquecimento das marcas com valores emocionais intangíveis, habilitando-as para genuínas empatias com seus consumidores, tornando-as ativos mais valiosos que próprios produtos/serviços representam (Rosa, Sa, & Sarrico, 2014).

Ao concluirmos que a escolha de um serviço decorre dos valores que os caracterizam ao invés dos valores ao que se supõem estamos também já a assumir que passamos de um consumo funcional para um consumo de ideias. “Uma vez que as necessidades básicas são satisfeitas com grande facilidade e celeridade, os seres humanos canalizam essa sua sede de consumo para uma grande variedade de caminhos, cada vez mais psicologicamente envolventes” (Ariely & Norton, 2009).

Um exemplo desta perspectiva é quando oferecido um prato de comida a uma criança com fome, esta devora-o, já um adulto poderá ser confrontado com variadas questões: Como pesará este prato de comida em minha dieta? O que pensarão meus colegas se comer este prato cheio? Em que condições de higiene esse prato foi produzido? O prato que até então em si é mero alimento, constituiu-se em inúmeros significados possíveis, relacionados com as expectativas do consumidor, convertem-se num consumo conceptual (Leitão, 2012).

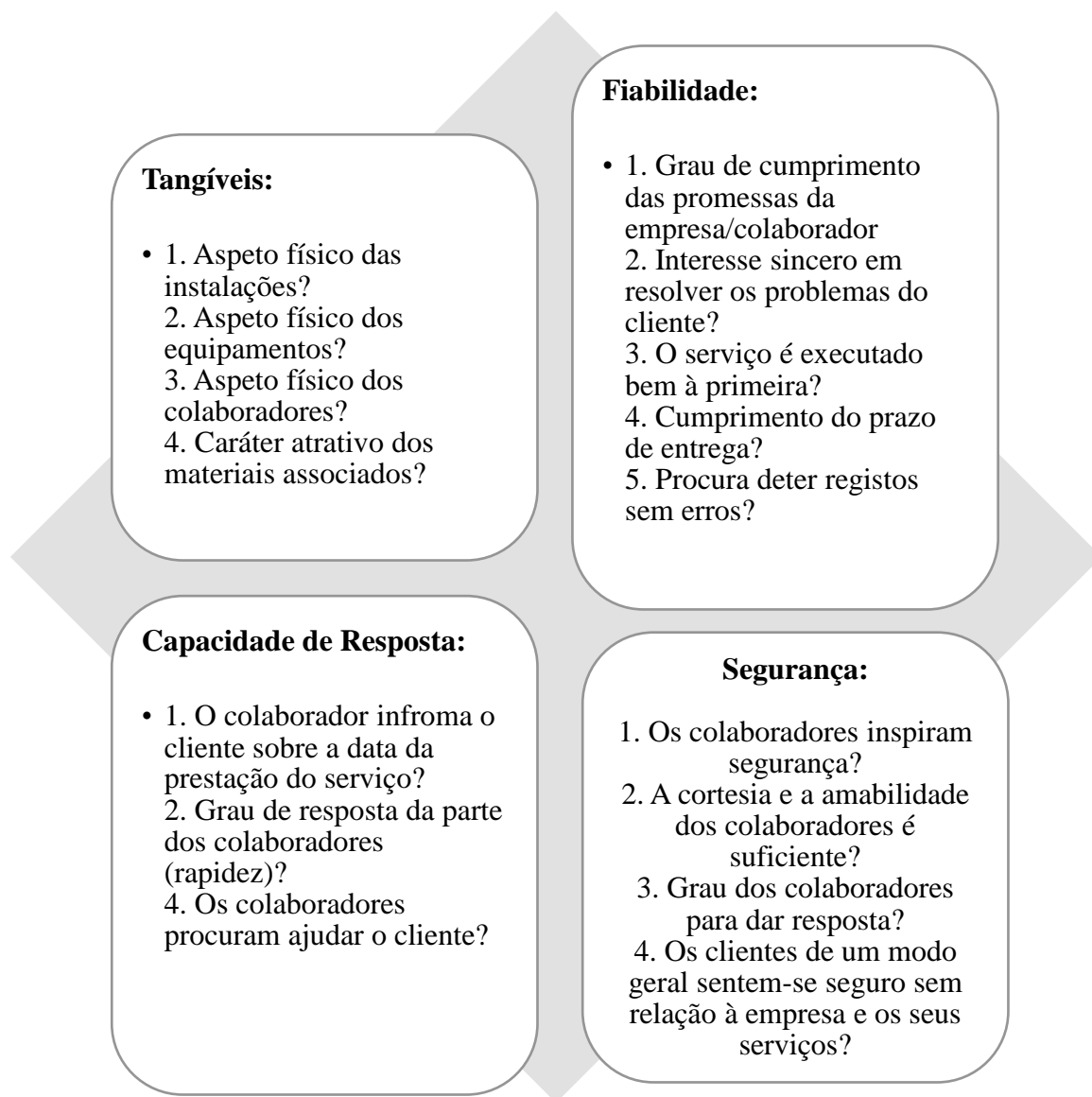
2.4. QUALIDADE EM SERVIÇOS

Segundo Grönroos (2007) e, como também mencionado no capítulo anterior, toda e qualquer tentativa para conceptualizar a oferta de serviço deve assentar forçosamente na perspetiva do cliente. Identicamente, qualquer modelo de desenvolvimento da oferta do serviço deve centrar-se no cliente. Porém quando se trata do setor dos serviços abrangemos um conteúdo bastante diversificado, envolvendo não somente áreas diversas, mas também seus consumidores distintos, tanto consumidores quanto empresas. Este facto conduz a necessidade de se distinguir o produto principal, que o cliente adquire, do conjunto de serviços suplementares associados, ou seja, reserva, atendimento, faturação, informação, etc. (Lovelock & Wright, 1999). O agrupamento tradicional dos serviços poderá não permitir captar a verdadeira natureza de cada negócio ou tipo de serviço. Tal acontece na medida em que a prestação de um dado serviço pode variar substancialmente, mesmo dentro da mesma categoria de serviços. Veja-se por exemplo, o caso da restauração em que o fornecimento de refeições pode ser efetuado em contextos totalmente distintos tais como aeroporto, hotel, restaurante de luxo, restaurante tradicional, *fast-food* (Lovelock, 1983).

Entre os modelos mais conhecidos para medir a qualidade destacam-se sobretudo o SERVQUAL e o SERVPERF. Desenvolvida por Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988) a aplicação SERVQUAL assenta num número de dimensões ou de atributos descritivos das características de um serviço e a partir dos quais é pedido aos clientes que classifiquem um determinado serviço. Nesse sentido, trata-se de um instrumento de medição que recorre a uma escala de múltiplos itens. Quando em 1998, o modelo foi introduzido pela primeira vez, apresentava dez dimensões repartidas por duas secções contendo uma lista de vinte e dois itens cada. A primeira secção tinha por objetivo medir as expectativas dos clientes relativamente ao serviço prestado por empresas num determinado setor. Quando à segunda, procurava medir a percepção dos clientes relativamente a uma determinada empresa dentro de um setor. Mais tarde, em 1991, o modelo SERVQUAL foi aperfeiçoado pelos autores, abrangendo cinco dimensões e

vinte e dois itens (Almeida & Pereira, A gestão e a avaliação da qualidade dos serviços, 2014).

Figura 5 Modelo de Escala SERVQUAL



Fonte: própria adaptada de Saias (2007).

O SERVQUAL sugere que a perceção de qualidade resulta da diferença entre as expectativas dos clientes, relativas ao desempenho de um determinado grupo de prestadores de serviços, e a avaliação do desempenho real e efetivo de uma determinada

empresa dentro desse grupo. A medição resulta assim da comparação entre o desempenho da empresa e o desenvolvimento do grupo a que pertence.

No que concerne ao SERVPERF, trata-se de um modelo atribuído a Cronin & Taylor (1994), e pretende ser uma alternativa válida ao SERVQUAL. No essencial, este modelo visa principalmente medir a qualidade do serviço e a sua relação com a satisfação e a intenção de compra com o cliente. O SERVPERF procura servir de alternativa ao critério com medida com base na diferença perspectiva e expectativas sobre qual assenta o SERVQUAL. Segundo o SERVPERF o elemento de medida base da qualidade do serviço é o desempenho e não um conjunto de atributos e dimensões (Cronin & Taylor, 1994). Assim, de acordo com este modelo a avaliação da qualidade é feita unicamente a partir das perceções enquanto medida de eleição, sendo excluídas as expectativas. (Almeida & Pereira, 2014).

2.5. QUALIDADE E SEGURANÇA ALIMENTAR

Ao pensarmos na qualidade numa perspectiva de desenvolvimento sustentável, não podemos deixar de relacionar com a saúde, a higiene e a segurança, pois ao controlar os fatores de riscos relacionados com a produção conseguimos minimizar falhas e defeitos nos equipamentos e produtos e, ao mesmo tempo, obter produtos e serviços com maior qualidade. (Lopes & Capricho, 2007).

Em sua generalidade o conceito de alimento seguro inclui diferentes componentes. Em sua concepção nutricional o alimento seguro é considerado aquele que contém os nutrientes de que o indivíduo necessita, para prevenir a longo prazo enfermidades e concomitantemente promover a saúde e longevidade, por outro e agora sob a perspectiva da segurança alimentar, o alimento seguro é aquele que é isento não só de toxinas, pesticidas, contaminantes químicos e físicos, mas também de agentes microbiológicos, com especial ênfase para as bactérias e vírus patogénicos (Roberts, 2001).

No entanto, quando contextualizamos a segurança em alimentos, é fundamental diferenciar o termo. Sob a perspectiva quantitativa (*food security*) refere-se ao abastecimento adequado de uma determinada população, que pode ser obtida por meio do aumento da renda familiar, conjuntamente com uma oferta adequada de alimentos via aumento da produção interna ou aumento da importação de alimentos. Um outro sentido de segurança em alimentos é sob um enfoque qualitativo (*food safety*), ou seja, a garantia que o consumidor irá adquirir um alimento com atributos de qualidade que sejam do seu interesse, entre eles sua saúde e segurança. Em francês, é utilizado termo *sûreté* (*security*) e *sécurité* (*safety*). Entretanto, na Espanha o uso do termo *seguridad alimentaria* é utilizado para os dois significados. (Vieira, 2016)

A partir de 14 de dezembro de 1995, todas as empresas de alimentos da União Europeia deveriam ter um sistema de APPCC implementado. Este foi o resultado de diretrizes da EEC / 93-43, aprovada pelo Conselho da Europa em 14 de junho de 1993 (Grijspaard, 1995). Já no Brasil, a legislação sanitária, A Resolução da Diretoria Colegiada – RDC nº 216, está em vigência desde 15 de setembro de 2004, aprovada pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária, ANVISA (Silveira, Bauermann, Floriano & Garcia, 2016).

Apesar do sistema HACCP ter vindo a ser adotado pela indústria alimentar em geral, encontra maior relevo no sector de hotelaria e restaurantes. Por outro lado, algumas dificuldades têm vindo a ser registadas sobretudo pelas pequenas empresas do setor no que concerne à sua implementação, ao que não é alheia a sua falta de experiência (Ehiri, Morris & McEwen, 1995).

Quando se fala em alimentos, é interessante ressaltar que muitas causas de contaminação são provenientes da falta de aplicação de procedimentos de limpeza e de comportamento das pessoas que manipulam os alimentos. As Boas Práticas de Fabrico (BPF) são um conjunto de regras que definem formas ideais de como manipular os alimentos, a partir de mudanças nos métodos de limpeza, comportamento das pessoas envolvidas, equipamentos e edifícios, buscando eliminar as fontes genéricas de possíveis contaminações de um produto (Carballido, Viyella & Moreno, 1994). O controle da qualidade no serviço de alimentação é muito importante, havendo a

necessidade de se definir as situações básicas que envolvem a preparação dos alimentos, como as técnicas de preparação que definem as necessidades de preparação para vários tipos de alimentos, as regras higiênicas sanitárias (Silva, 2014).

Portanto, seja na implementação da HACCP ou das BPF, a etapa de formação é necessária à aplicação dos conceitos na prática, pois há uma grande exigência de mudança comportamental. Durante a formação, devem ser mostrados de forma clara, em primeiro a responsabilidade dos manipuladores de alimentos, os tipos de contaminação e o que fazer para os evitar, bem como as consequências que a contaminação pode causar aos consumidores (Silva, 2014).

Em face de tantas incertezas, os consumidores vêm exigindo alimentos com maior qualidade, além de exigirem algumas garantias, tais como, certificados confiáveis que atestem e garantam a existência desses atributos nos alimentos por eles adquiridos. O aperfeiçoamento dos mercados consumidores, a mudança de hábitos alimentares e a procura por alimentos seguros vêm pressionando os sistemas produtivos para atenderem às novas demandas (Andrigueto, et al., 2008).

É interessante ressaltar que esses conceitos correlacionam os interesses da restauração com o atendimento às necessidades do cliente. Logo, para que se tenha uma evolução crescente da qualidade, deve-se saber o quanto os consumidores estão satisfeitos com os produtos proporcionados. Quando se fala em qualidade alimentar, o aspecto segurança do produto é sempre um fator determinante, pois qualquer problema pode comprometer a saúde do consumidor. É de se esperar, pois, que a restauração atuante nesse ramo de atividade tenha algum sistema eficaz para exercer esse controle (Silva, 2014).

2.6. SEGURANÇA ALIMENTAR

Em 1989 a Organização Mundial da Saúde informou que, mais do que 60% das doenças de origem alimentar são DTA's (Doenças Transmitidas por Alimentos), ou seja, os agentes etiológicos encontram-se entre as bactérias, vírus, fungos e parasitas, principalmente devem-se as práticas inadequadas de manipulação, matérias-primas contaminadas, falta de higiene durante a preparação, além de equipamentos e estrutura operacional deficiente e principalmente inadequação no processamento envolvendo o controle de tempo e temperatura (Silva, 2014).

Em diversos estudos efetuados, quer nos Estados Unidos da América quer no Japão no período compreendido entre 1997 e 1998, chegou-se à conclusão que apenas 7% dos japoneses percepcionaram a contaminação microbiana para a segurança dos alimentos, enquanto que os norte-americanos 69%, consideravam a contaminação microbiana um problema evidente para a segurança alimentar (Hoban, 1999).

Em um estudo na Nova Zelândia, 34,6% dos consumidores de vegetais cultivados em estufa percepcionavam o risco de intoxicação alimentar como o fator mais relevante (Scully, 2003). Em outro estudo também sobre a produção de vegetais em estufa, Powell e seus colaboradores, ao que relaciona a intoxicação alimentar, chegaram à conclusão que os microrganismos assumem a maior preocupação (Powell, et al, 2001).

Vários estudos comprovam que a percepção pública dos riscos alimentares, diferem da realidade científica. De uma forma geral o público percepciona o risco associado aos diversos perigos de uma forma mais elevada que a comunidade científica (Slovic et al, 2002).

Nesse sentido, conhecer as percepções dos consumidores sobre o tema qualidade e segurança dos alimentos tornam-se extremamente relevantes, pois pode influenciar, junto com outras variáveis socioeconômicas e demográficas, a escolha de como o alimento é consumido e contribuir para a efetividade da legislação e implantada (Andrade, 2013).

Num inquérito realizado nos Estados Unidos sobre doenças transmitidas por alimentos devido a *Salmonella spp.*, foram perceptíveis as dificuldades dos inqueridos em se recordarem do que ingeriram na semana passada. Se para estes indivíduos era difícil lembrarem-se que tinham ingerido no dia anterior, mais muito difícil seria quanto maior fosse o espaço temporal em relação a anteriores refeições. Tal situação demonstra a dificuldade dos estudos epidemiológicos, sobre surtos e ocorrências, no que respeita à recolha de informação sobre o tipo de alimentos consumidos (Vance Dietz et al., 1999).

De acordo com os registos do *Department of Health & Human Services USA – CDC*, ocorrem 48 milhões de casos de toxifecção alimentar por ano. Nestes registos durante o decorrer dos anos, foram reportados a ocorrência de surtos nos restaurantes distribuídos por todo o território americano. Em 2014 a área de restauração apresentou o maior número de ocorrências por intoxicação alimentar (CDC, 2016).

No Brasil as residências continuam como o local principal de ocorrência dos surtos, com 38,4% dos casos em 2015, seguido dos Restaurantes/Padarias (similares) com 15,5%, um número bastante preocupante, de acordo com o gráfico 1:

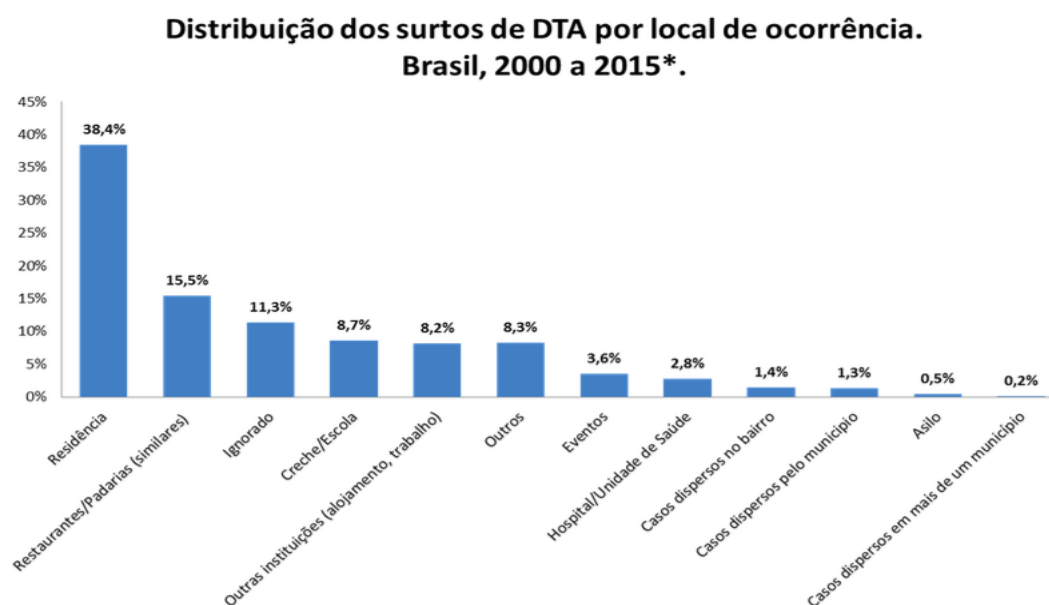


Gráfico 1: Distribuição dos surtos de DTA por local de ocorrência - Brasil

Fonte: SINAN/SVS/MS

No ano de 2014, foram registrados 886 surtos alimentares de DTA e 15.700 pessoas doentes, contra 861 surtos e 17.455 pessoas doentes no ano de 2013. O ano de 2015 fechou com redução 35% e 41% casos surtos e doentes, respectivamente, comparando com o ano de 2014 (Silva, 2014):

Gráfico 2: Ocorrências Surtos DTA - Brasil (2000 a 2015).

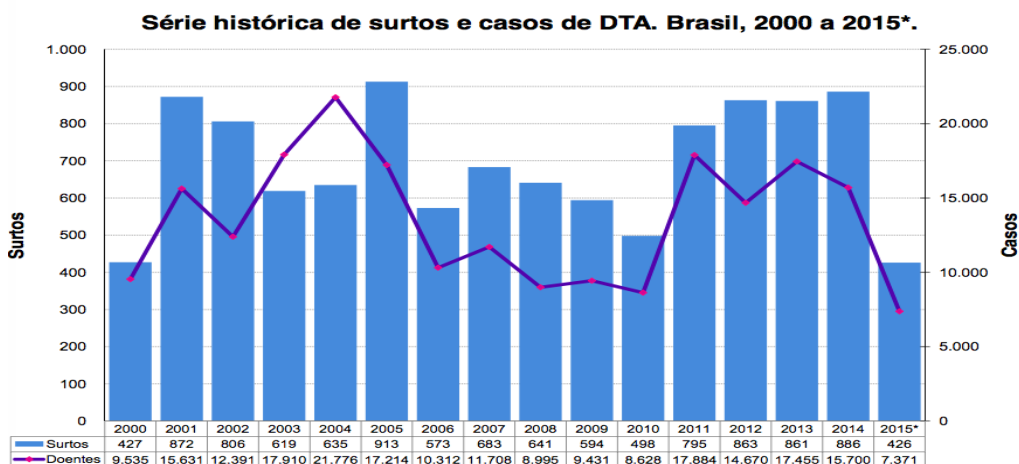


Gráfico 2: Ocorrências Surtos DTA - Brasil

Fonte: SINAN/SVS/Ministério da Saúde *Dados sujeitos a alteração. Última atualização em outubro de 2015.

A região Sudeste lidera o histórico com mais notificações nos casos de DTA (40,2%) em 2015, e na sequência, a região sul com 34,5%, de acordo com o gráfico 3:

Distribuição dos surtos de DTA por região. Brasil, 2000 a 2015*.

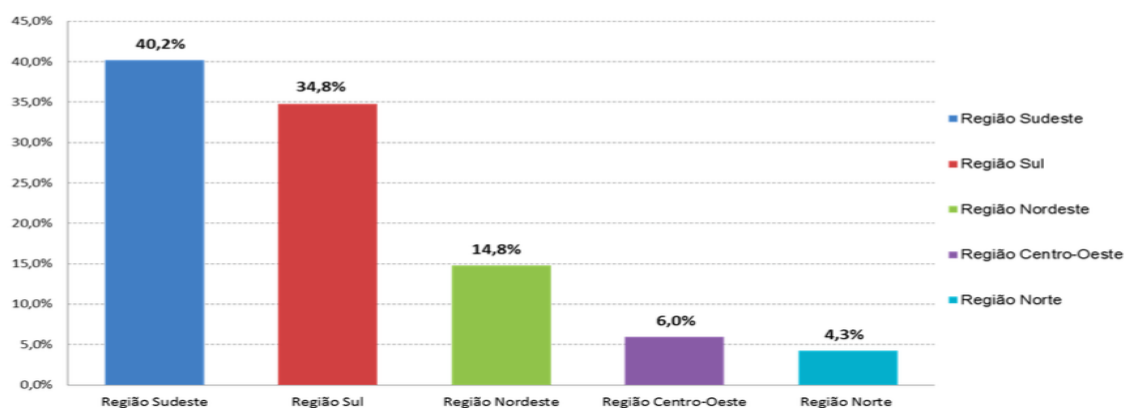


Gráfico 3: Distribuição dos Surtos por Região - Brasil

Fonte: SINAN/SVS/Ministério da Saúde – Atualização em outubro de 2015.

CAPÍTULO 3:

3.1. MATERIAIS E MÉTODOS

O presente trabalho baseia-se em um estudo de caso, sobre a percepção dos consumidores acerca da qualidade dos serviços prestados por estabelecimentos do setor de restaurantes das cidades de Sorriso e Sinop.

Com este objetivo foi elaborado um questionário (apêndice 1) aplicado numa amostra de 300 clientes.

Para avaliação de cumprimentos dos pré-requisitos grau em termos de higiene e segurança alimentar e do conhecimento em higiene e segurança alimentar dos manipuladores de alimentos dos estabelecimentos de restauração, concebeu-se o instrumento de observação, no caso específico deste estudo, optou-se pelo inquérito por *check list* de verificação com base do elaborado pela Anvisa, publicado no D.O.U. - Diário Oficial da União; Poder Executivo, de 23 de outubro de 2003 (em anexo I). O que faz deste estudo uma análise quantitativa, pois permite a mensuração de opiniões,

reações, hábitos e atitudes em um universo, por meio de uma amostra que o represente estatisticamente, dentre as suas características estão instrumentos para recolha de dados, questionários estruturados, elaborados com questões fechadas e *check list* (Denzin & Lincon, 2005).

Na aplicação da *check list*, foram analisados um total de 148 itens, divididos, em:

I- Avaliação dos colaboradores; II- Zona de sala ou utentes; III- Zona de cozinha e copa; IV- Zona de armazenagem em frio; V- Processo produtivo; VI- Zona de armazenagem a temperatura ambiente; VII- Instalações Sanitárias para os colaboradores; VIII- Zona de vestiários; IX- Instalações sanitárias para utentes; X- Higiene e segurança do trabalho.

Foram avaliados 30 estabelecimentos de restauração tradicional das cidades de Sorriso e Sinop, Estado brasileiro do Mato Grosso, entre maio a julho de 2016. A *check list* foi preenchida por meio de observação no próprio local e quando necessárias, informações obtidas com gerente e manipuladores das unidades de restauração.

3.2. ELABORAÇÃO DO QUESTIONÁRIO

Quanto à abordagem empírica, para a elaboração do questionário foi utilizada o Modelo SERVQUAL, que como interessa este estudo se refere às expectativas do cliente e sua percepção da realidade. Por meio da mensuração do *GAP* que pode existir entre expectativa e percepção, é possível definir a qualidade do serviço avaliado (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988).

Neste estudo de caso optou-se pela realização de um questionário estruturado tendo sido utilizadas, para medir a maior parte das variáveis, escalas de *Likert*. Trata-se de um método através do qual são efetuadas questões inter-relacionadas, às quais o entrevistado indica o seu nível de concordância ou de discordância. Segundo DENCKER (1998), esse tipo de escala foi desenvolvida para quantificar as atitudes dos indivíduos baseando-se em uma ordem de importância numérica qualitativa. Existem várias formas para dispor essa escala (pode ser de 1 a 5 ou de 1 a 7 pontos), mas no

presente estudo irão medir o grau de satisfação para com o serviço e, diante das respostas dos clientes, facilita o processo de decisão quanto à melhoria da qualidade no atendimento face às reais necessidades do consumidor, pois é ele só quem atribui a importância e satisfação do serviço (expectativas) e avalia o quanto o serviço prestado é satisfatório. Neste contexto, de acordo com Martins (2011), no caso do tratamento de dados em escala *Likert*, os indivíduos podem ser ordenados em função do seu grau de concordância em relação ao estudo feito, o que mostra que essas variáveis são já de certo modo, quantitativas. No entanto não se pode inferir que a diferença qualitativa entre dois indivíduos da amostra com resposta 1 (“discordo totalmente”) e 2 (“discordo”) seja exatamente a mesma que entre outros dois indivíduos com respostas de 4 (“concordo”) e 5 (“concordo totalmente”), apesar de haver apenas 1 ponto de diferença entre ambos os exemplos.

O questionário consiste num total de 21 questões, sendo 20 questões fechadas e 1 aberta, nas seguintes secções: I- Perfil do Consumidor; II- Expectativas da Qualidade; III- Percepção da Qualidade; IV- Classificação do entrevistado. O questionário elaborado foi submetido a um pré-teste de forma a detectar antecipadamente eventuais erros de lógica e/ou percepção das perguntas, bem como na introdução e codificação dos dados e respectiva análise de dados.

Os questionários foram entregues aos consumidores pelos empregados de mesa no momento do fechamento da conta. Num total de 10 questionários por unidade de restauração.

3.3. TRATAMENTO ESTATÍSTICO

Dentro das técnicas de análise de dados quantitativos, há dois ramos a considerar: Estatística Descritiva (*de tendência central e de dispersão*) e Estatística Inferencial (Martins, 2011).

O recurso à Estatística Descritiva far-se-á numa primeira fase de análise dos dados

recolhidos. Por sua vez, a Estatística Inferencial permitir-nos-á retirar conclusões acerca da população-alvo, com base nos resultados obtidos na amostra (Howell, 2010).

Para o tratamento de dados dos 2 instrumentos usados nesse estudo, a *check list* - lista de verificação e o questionário adequaram os métodos qualitativos não - paramétricos por tratarem de variáveis nominais e ordinais.

A *check list* dos requisitos mínimos adequou-se às *Medidas de Tendência Central* e de *Dispersão* para variáveis nominais. Para descrição de variáveis nominais, as medidas adequadas e mais comumente utilizadas são a *moda*, como *medida de tendência central*, e as *frequências*, como *medida de dispersão*. A moda corresponde ao valor da variável em análise que aparece com maior frequência na amostra. Por seu turno, as *frequências* representam o número de vezes que cada valor da variável aparece na amostra (Martins, 2011).

Para o tratamento do questionário para variáveis ordinais, as medidas descritivas mais adequadas são a *mediana* como *medida de tendência central* e o intervalo *interquartilico* como *medida de dispersão*. A mediana representa, portanto, o percentil 50 (P50). O *intervalo interquartilico (IQQ)* consiste na *diferença entre o percentil 75 e o percentil 25* (Martins, 2011).

A estatística *inferencial*, a qual permitir-nos-á retirar conclusões acerca da população-alvo, com base nos resultados obtidos na amostra daí recrutada através de um processo de inferência estatística. Esta engloba os testes estatísticos - de associações e diferenças *inter-* ou *intra-sujeitos* que nos permitirão concluir, recorrendo a probabilidades estatísticas, se as associações ou diferenças detectadas na amostra estudada estarão (ou não) presentes na população-alvo (Martins, 2011).

Se a probabilidade de o resultado ser devido ao acaso muito elevada, então é muito provável que as associações ou diferenças que observamos na nossa amostra não estejam presentes na população-alvo. Neste caso, afirmamos que os resultados são estatisticamente *não significativos*. Se, pelo contrário, a probabilidade do resultado se dever ao acaso for muito reduzida, temos segurança (estatística) para concluir que as associações ou diferenças encontradas se devem ao facto de estas existirem, realmente,

na população-alvo. Afirmamos, então, que os resultados obtidos são estatisticamente *significativos* (Martins, 2011). Os testes não - paramétricos são classificados de acordo com o nível de mensuração e o número de grupos que se pretende relacionar.

Na figura abaixo estão relacionadas os testes não - paramétricos usados neste estudo, segundo:

Figura 5: Testes não - paramétricos

<i>Provas Estatísticas Não-Paramétricas</i>					
<i>Nível de Mensuração</i>	<i>Uma amostra</i>	<i>Duas amostras</i>		<i>K amostras</i>	
		<i>Amostras relacionadas</i>	<i>Amostras independentes</i>	<i>Amostra relacionadas</i>	<i>Amostras independentes</i>
<i>Nominal</i>	Prova <i>Qui-quadrado</i> de uma amostra		Prova <i>Qui-quadrado</i> para 2 amostras independentes		Prova <i>Qui-quadrado</i> para k amostras independentes
<i>Ordinal</i>	Prova de iterações para uma amostra	Prova de <i>Wilcoxon</i>	Prova <i>U</i> de <i>Mann-Whitney</i>	Prova de <i>Friedman</i>	Prova de <i>Kruskal-Wallis</i>

Fonte: adaptado de Siegel, S., 1975.

Conclui então que a definição das hipóteses tem implicações diretas no *design*, estatuto das variáveis na investigação e técnicas de análise de dados a aplicar. No que toca o último aspeto, dentro de cada grupo de técnicas apresentadas, há vários testes que podemos selecionar. No caso de *Likert*, os indivíduos podem ser ordenados em função do seu grau de concordância em relação ao assunto em questão, o que mostra que essas variáveis são já de certo modo, quantitativas.

No tratamento das análises de dados, o grau de satisfação foi dividido em 3 grupos devido a complexidade de quantidade de variáveis:

Valores tangíveis “Segurança Alimentar”: Qualidade dos ingredientes (aspeto), Instalações sanitárias, Higiene local (estabelecimento) e Apresentação dos funcionários (higiene/aparência).

Valores tangíveis “Qualidade”: Especialidade gastronômica, variedade de preço, quanto a variedade oferecida, bebidas, estacionamento, ambiente (decoração, climatização, barulho).

Valores intangíveis: Atendimento (simpatia, disponibilidade), atendimento (tempo, agilidade), atendimento (capacidade de informar), sabor.

No que diz respeito ao tratamento de dados, estes foram analisados através de uma base de dados criada no programa *Microsoft Office Excel 2014*, que posteriormente foi transferida para o *Software Statistical Package for the Social Scienses (SPSS) versão 21* para serem feitas as análises quantitativas, descritivas e comparativas dos resultados que possibilitou a elaboração de gráficos e correlações entre resultados.

Para coleta dos dados foram tomados cuidados éticos necessários, sendo as informações mantidas em caráter sigiloso, também as visitas aos estabelecimentos foram acompanhadas pelo seu responsável.

CAPÍTULO 4:

4.1. RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1.1. QUESTIONÁRIO

A qualidade tornou-se como o grau no qual um conjunto de características inerentes a um produto, processo ou serviço satisfaz a requisitos ou as necessidades ou expectativas implícitas ou explícitas de clientes. Então a necessidade detalhada na análise de dados.

A amostra é constituída por 300 consumidores, como já referido anteriormente, 172 (57,33%) do sexo masculino e 128 (42,67%) do sexo feminino (*Mo*:1).

Gráfico 4: Amostra Resultados Sexo

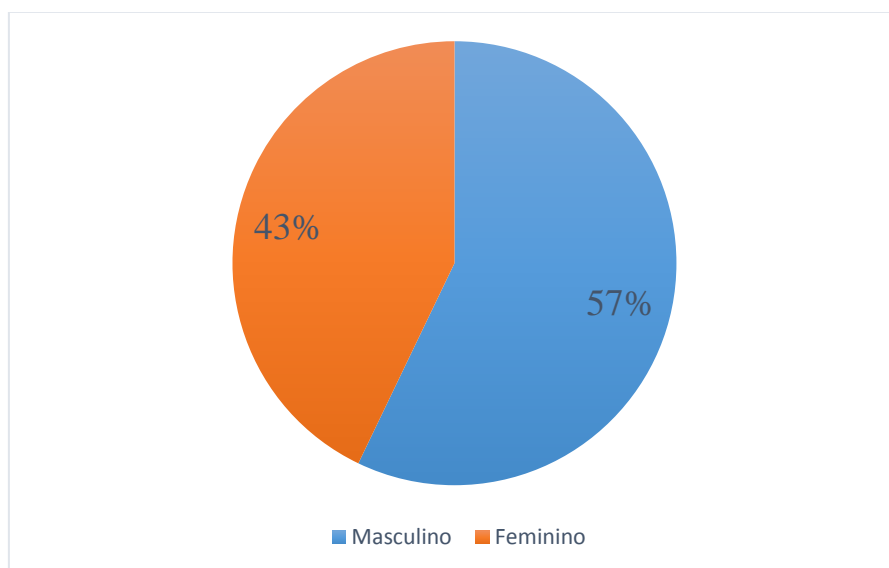
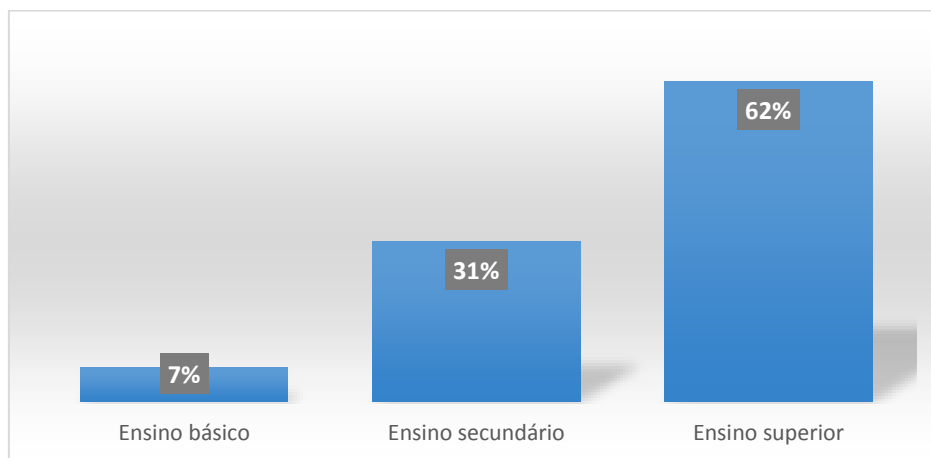
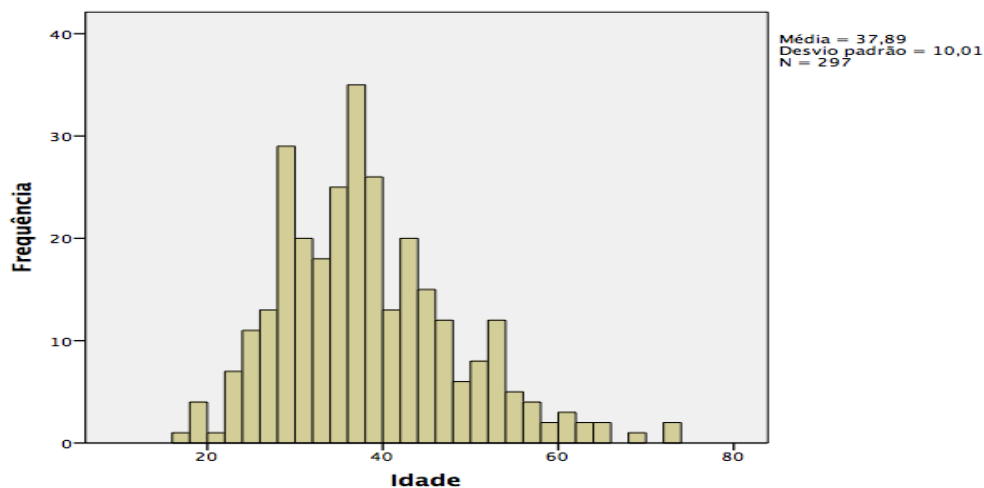


Gráfico 5: Amostra Resultados Escolaridade



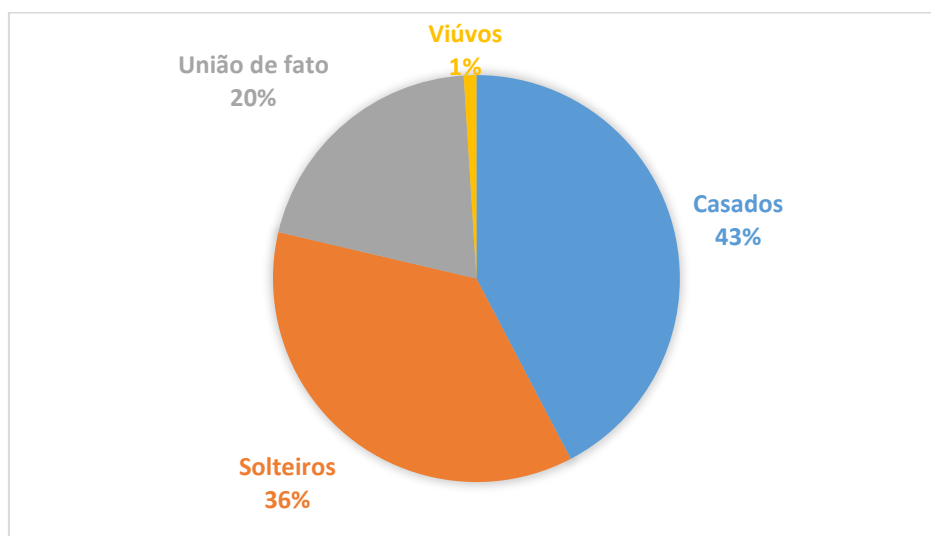
Dos participantes 20 (6,67%) possuem formação no Ensino básico, 95 (31,67%) no Ensino secundário e 185 (61,67%) possuem o Ensino superior (*Mdn:3, IQQ:1*).

Gráfico 6: Amostra Resultados Idade



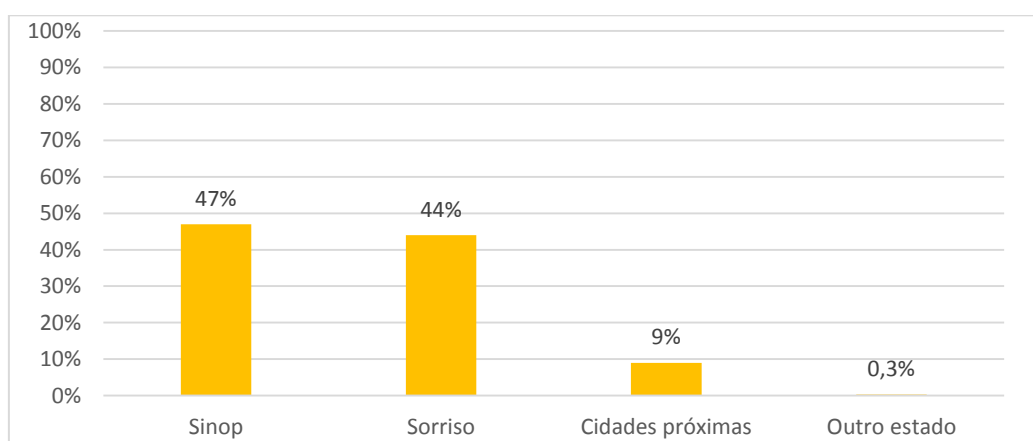
A idade média na amostra é de 37 anos (*DP: 10*), variando entre 17 e 73 anos, 3 não responderam o questionário.

Gráfico 7: Amostra Resultados Estado Civil



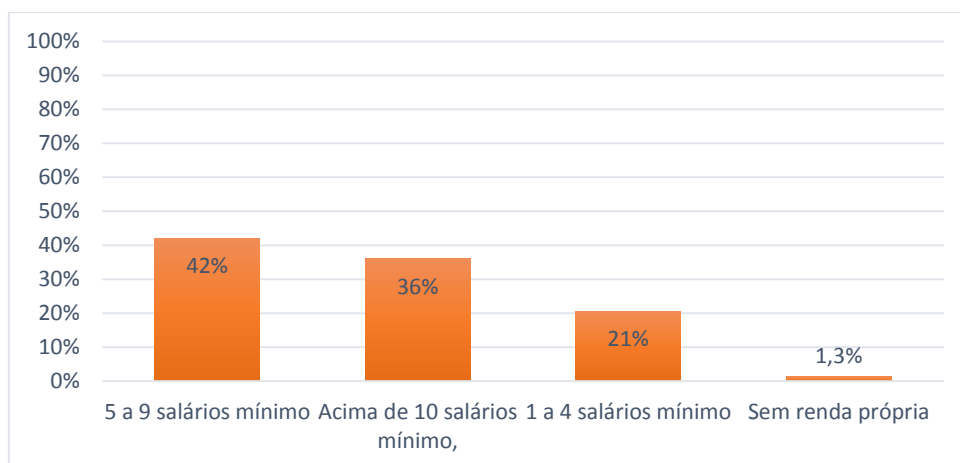
Dos inqueridos, são 127 (42,33%) casados, 109 (36,33%) solteiros, 61 (20,33%) em união de fato e 3 (1%) viúvos (*Mo:3*).

Gráfico 8: Amostra Resultados Cidade de Residência



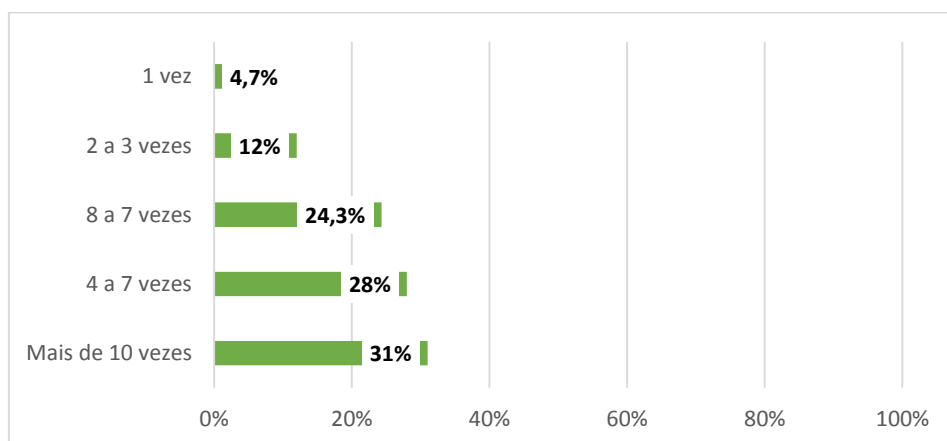
141(47%) residem na cidade de Sinop, 131 (44%) na cidade de Sorriso, 27 (9%) em cidades próximas e 1 (0,3%) em outro estado (*Mo:2*).

Gráfico 9: Amostra Resultados Cidade de Residência



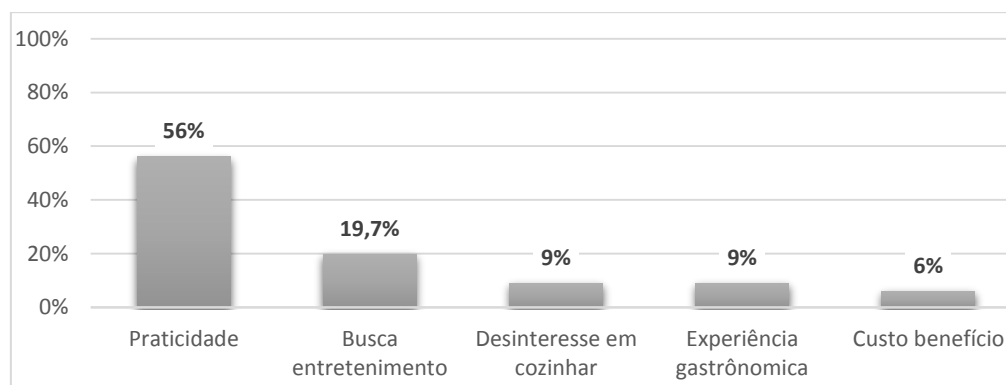
126 (42%) recebem de 5 a 9 salários mínimo, 108 (36%) acima de 10 salários mínimo, 62 (20,67%) 1 a 4 salários mínimo e 4 (1,3%) participantes não possuem rendimento mensal (*Mo*:2).

Gráfico 10: Amostra Resultado Frequência Refeições fora de casa



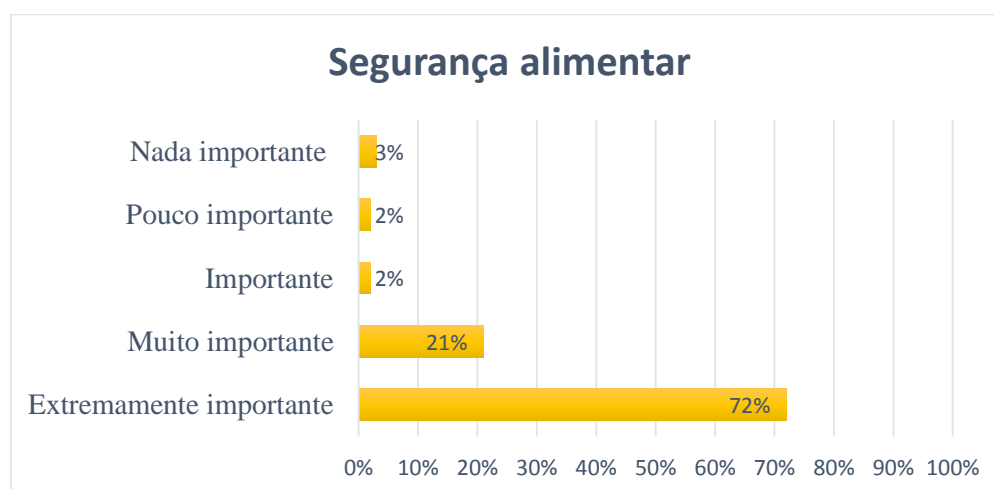
No que respeita à frequência com que comem fora mensalmente, 93 (31%) fá-lo mais de 10 vezes, 85 (28%) de 4 a 7 vezes, 73 (24,3%) de 8 a 7 vezes, 36 (12%) de 2 a 3 vezes e 14 (4,7%) uma vez ao mês (*Me*: 4), (*QQI*: 2).

Gráfico 11: Amostra Resultados Razão por qual opta o Restaurante



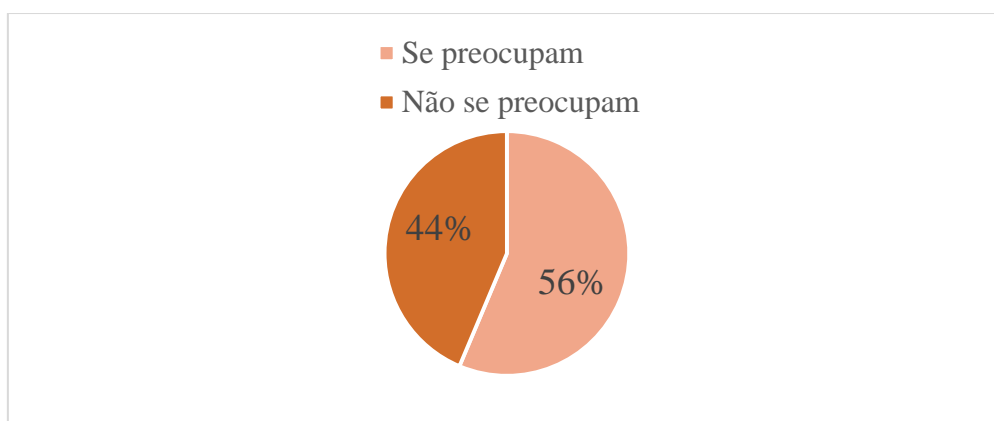
No que respeita às razões pelas quais os participantes optam por fazer as refeições fora de casa, 169 (56%) fazem-no por conveniência, 59 (19,7%) por entretenimento, 27 (9%) por desinteresse em cozinhar, 27 (9%) pela experiência gastronômica e 18 (6%) pelo fator custo–benefício (*Mo:1*).

Gráfico 12: Importância segurança alimentar



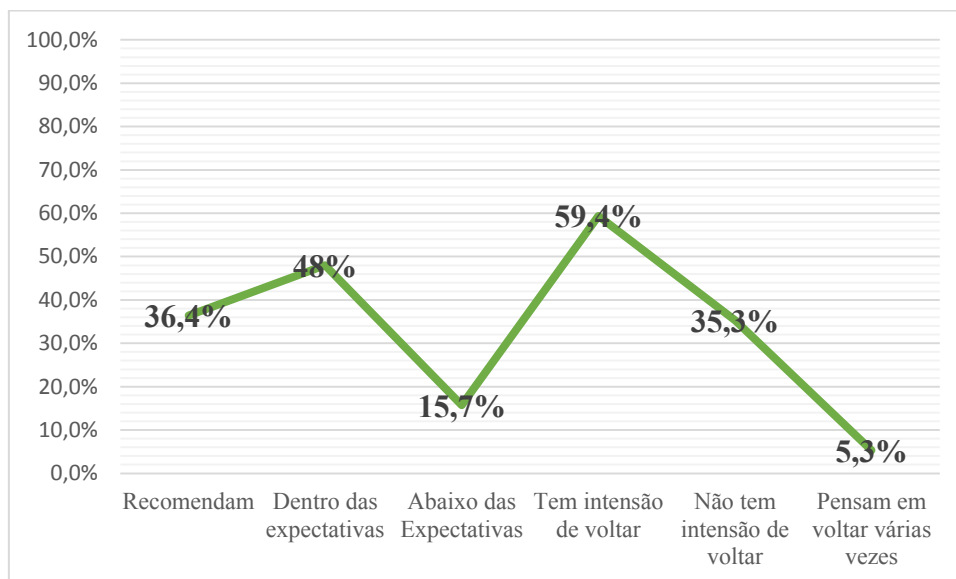
Quanto a Importância da Segurança Alimentar para os consumidores, 216 (72%) julgaram-na extremamente importante, 63 (21%) muito importante, 6 (2%) importante, 6 (2%) pouco importante e 9 (3%) nada importante (*Md*: 5), *IQQ*: 1

Gráfico 13: Amostra Resultado Manipulação dos Alimentos com relação ao controle da temperatura



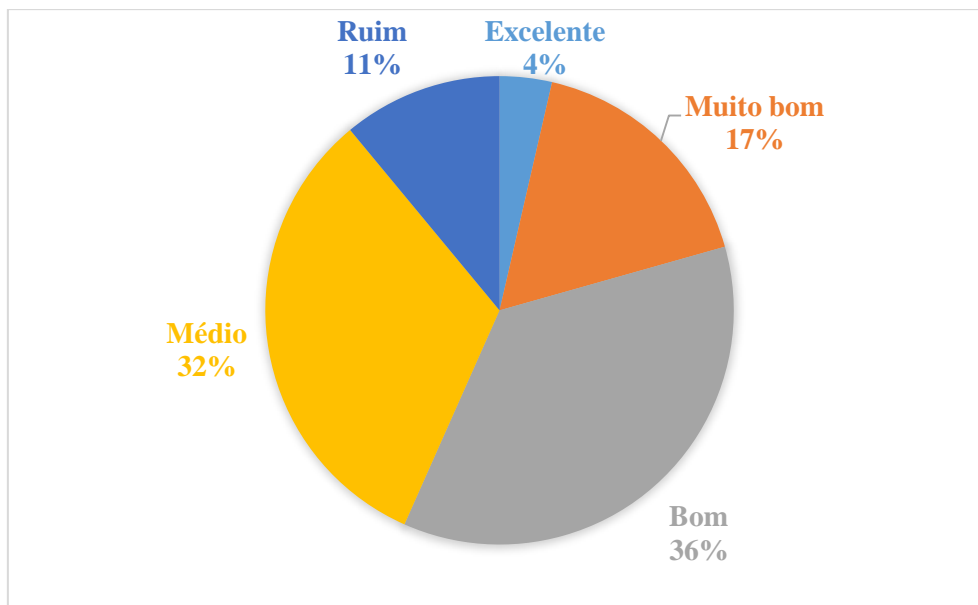
Por tratar-se de uma localidade de clima com temperaturas altas no decorrer de todo o ano, 169 (56,4%) dos inqueridos não consideram este fato um fator de risco e 131 (43,7%) não se preocupam (*Mo*:2).

Gráfico 14: Classificação da experiência no restaurante com a Intensão de voltar



Quanto a classificação da experiência no restaurante 109 (36,4%) recomendam o restaurante 144 (48%) classificam a experiência como dentro das suas expectativas e 47 (15,7%) como abaixo de suas expectativas (Mo:3), enquanto 16 (5,3%) pensam em voltar várias vezes ao restaurante, 178 (59,4%) têm a intensão de voltar e 106 (35,3%) não pretendem voltar (Mo:2).

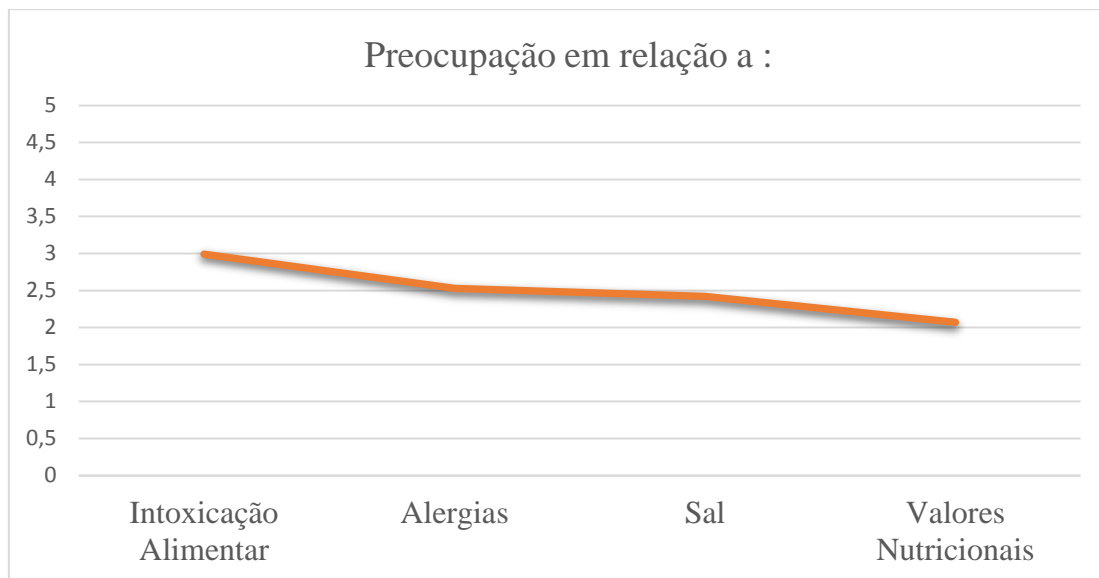
Gráfico 15: Amostra Resultado Satisfação Variedade e Inovação no Setor
Gastronômico



Fonte: própria

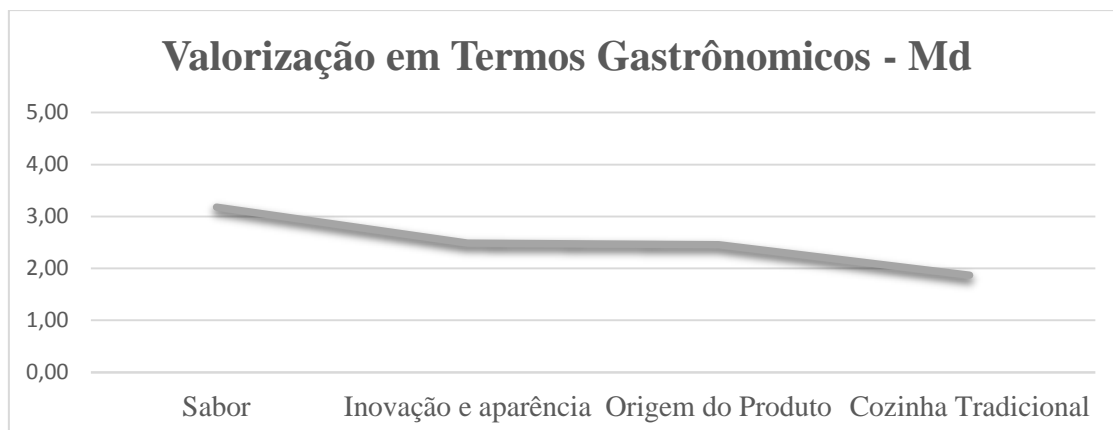
Quanto a avaliação relativa a Variedade e Inovação no Setor gastronômico das cidades de Sorriso e Sinop os consumidores inqueridos têm a seguinte opinião: 11 (3,67%) acham a Excelente, 51 (17%) muito bom, 108 (36%) bom, 97 (32,3%) médio e 33 (11%) acham má (*Mo: 3*).

Gráfico 16: : Amostra Resultado Preocupação Intoxicação Alimentar, Alergias, Sal, Valores Nutricionais



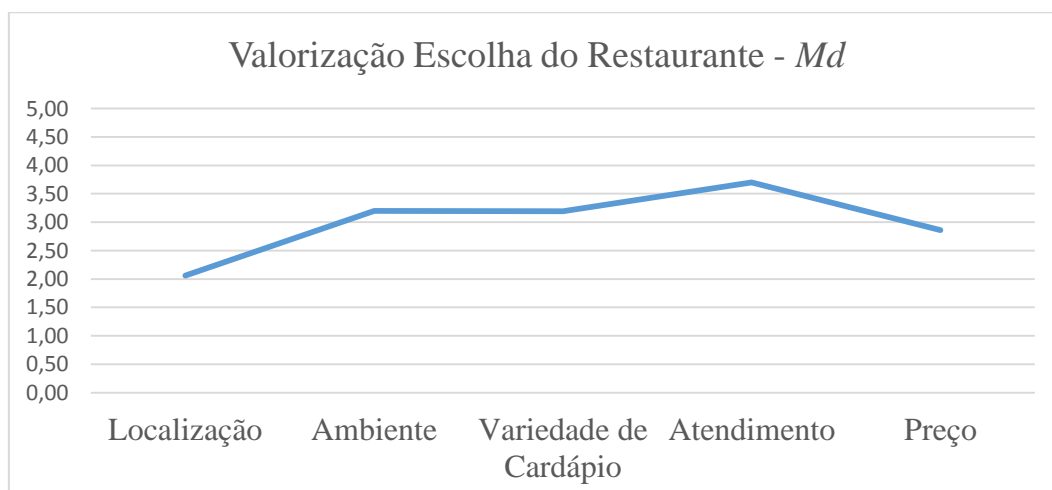
Há diferenças em relação ao grau de preocupação entre as variáveis intoxicação alimentar, alergias, sal e valores nutricionais, $p < ,001$. Os testes de Wilcoxon com Correção de Bonferroni evidenciaram que entre grau de preocupação Intoxicação alimentar é maior que Alergia, $p < ,008$, Intoxicação alimentar é maior que Sal, $p < ,008$, Valor Nutricional é menor que a Alergia, $p < ,008$, Valor Nutricional é menor que Sal, $p < ,008$ e não há diferença com relação a preocupação entre a Alergia e o Sal, $p = ,183$.

Gráfico 17: Amostra Resultado Valorização em Termos Gastronômicos



Em termos gastronômicos há diferenças em relação ao grau de valorização entre as variáveis sabor, inovação e aparência, origem do produto e cozinha tradicional, $p < ,001$. Os testes mostraram que em termos gastronômicos o grau de valorização do Sabor é maior que Inovação e Aparência, $p < ,008$, Sabor é maior que Origem do produto $p < ,008$, Sabor é maior que Cozinha Tradicional, $p < ,008$. A Inovação e aparência é igual a Origem do produto, $p < ,039$, Inovação e Aparência é maior que Cozinha tradicional, $p < ,008$ e Cozinha tradicional é igual Origem do Produto, $p < ,008$.

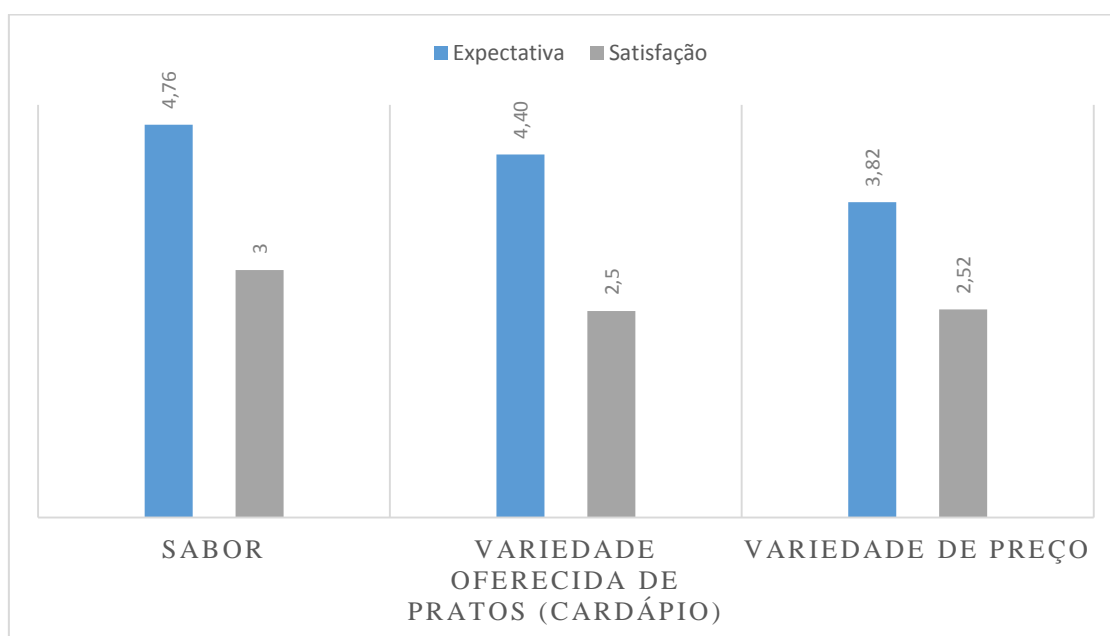
Gráfico 18: Amostra Resultado Valorização Escolha do Restaurante



Há diferenças em relação ao grau de valorização na escolha do restaurante entre as variáveis localização, ambiente, variedade do cardápio, atendimento e preço, $p < ,001$.

Os testes demonstraram que na escolha do restaurantes o grau de valorização do Ambiente é maior que Localização, $\rho < ,005$, Localização é Variedade do cardápio $\rho < ,005$, Localização é maior que Atendimento, $\rho < ,005$ Preço é maior que Localização, $\rho < ,005$, Variedade de cardápio é igual a Ambiente, $\rho = ,433$, Preço é menor que Ambiente e $\rho < ,005$, Atendimento é maior que Variedade de cardápio, $\rho < ,005$, Preço é menor que Atendimento e $\rho < ,005$.

Gráfico 19: Amostra Resultado Expectativa vs Satisfação



Há diferença em relação ao grau de valorização entre o grau de satisfação Sabor, variedade de preço, quanto a variedade oferecida (cardápio) ρ é inferior ,001. Os testes evidenciaram que entre grau de valorização do Sabor é maior que o grau satisfação, $\rho < ,001$, a valorização da variedade cardápio é maior que o grau de satisfação, $\rho < ,001$ e a valorização Preço é maior satisfação Variedade Preço oferecida, $\rho < ,001$.

Há diferenças significativas entre o grau da valorização da variedade de cardápio e a variedade oferecida, $\rho =$ nível inferior a 1. O grau de satisfação é menor que a valorização do cardápio.

Há diferenças significativas entre o grau da valorização do sabor e o grau de satisfação em relação ao sabor, $\rho =$ nível inferior a 1. O grau de satisfação é menor que a valorização do sabor na escolha de um restaurante.

Tabela 1: Testes de Correlações

Rendimento Mensal	Valorização do cardápio na escolha do restaurant	$\rho = ,775$	Não há associação
Segurança Alimentar	Importância manipulação do cozinheiro com relação à temperatura	$\rho = ,018$	Não há associação
Experiência no Restaurante	Intenção de regressar	$\rho = ,000$	Há associação
Importância da Segurança Alimentar	Preocupação com relação à TIA	$\rho = ,754$	Não há diferença

Não há uma associação significativa entre Rendimento mensal dos participantes e a valorização escolha em variedade do cardápio sendo que $\rho = ,775$ (*Sig.*), pois sendo o valor $>,05$ retem-se a hipótese nula H_0 de associação. Enquanto 126 (42%) recebem de 5 a 9 salários mínimo, 108 (36%) acima de 10 salários mínimo, 62 (20,67%) 1 a 4

salários mínimo e 4 (1,3%) não possuem rendimento, seguinte os 300 participantes, com relação a valorização do cardápio, 177 (59%) consideram extremamente importante, 65 (22%) muito importante, 51 (17%) importante, 4 (1,3%) pouco importante e 3 (1%) nada importante. (Apêndice 2)

Não há uma associação significativa entre a segurança alimentar e a manipulação correta dos alimentos com relação a temperatura, sendo que $\rho = ,018$ (*Sig.*), pois sendo o valor $>,05$ retem-se a hipótese nula H_0 de associação. (Apêndice 3)

Com relação a importância da segurança alimentar para os consumidores das cidades de Sorriso e Sinop, 216 (72%) a julgam extremamente importante, 63 (21%) muito importante, 6 (2%) importante, 6 (2%) pouco importante e 9 (3%) nada importante dos 300 participantes, 169 (56,4%) já se perguntaram com relação a manipulação correta dos alimentos na questão do controlo da temperatura e 131 (43,7%) não se preocupam. Não há diferença entre o grau de importância da segurança alimentar com o grau de preocupação com a intoxicação alimentar, $\rho = ,754$.

Há uma associação significativa entre a classificação da experiência no restaurante e a intenção de voltar, $\rho =$ nível inferior a 1. Enquanto experiência 36,4% recomendam o restaurante, 48% classificam a experiência como dentro das suas expectativas 15,7% como abaixo de suas expectativas, 5,3% pensam em voltar várias vezes ao restaurante, 59,4% têm a intenção de voltar e 35,3% não pretendem voltar.

O questionário revela a qualidade percebida pelo consumidor. Nele existe um conjunto de considerações que são importantes serem analisadas com profundidade. Estamos perante um público jovem, que apresenta uma idade média de 37 anos, e com acesso generalizado à informação em que, 62% apresentam grau superior de ensino, sendo que apenas 10% não residem nas cidades onde foram inqueridos. Com uma perspectiva otimista quanto aos rendimentos salariais, 42% recebem de 5 a 9 salários mínimos e 36% acima de 10 salários mínimos. Ao indicar que a razão por optarem em fazer as refeições fora de casa é a praticidade, 56%. De acordo com o levantamento do (IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2016), a média salarial das cidades de Sorriso e Sinop estão entre 2,5 a 2,6 salários mínimos. O que demonstra que os restaurantes selecionados recebem uma gama de clientes com maior poder aquisitivo do

que a média populacional das cidades, onde foram selecionados os principais restaurantes, situados em zonas mais desenvolvidas.

No que respeita ao item da experiência no restaurante 48% classificam-na como dentro das suas expectativas, enquanto 59,4% têm a intenção de voltar e 35% não o pretendem fazer. A satisfação nos serviços de restaurantes foi estudada por (Dube, Renaghan, & Miller, 1994) que concluíram que a satisfação, nestes casos, é resultado de uma confluência de atributos como a qualidade da comida, a variedade do cardápio, a atmosfera, o social, a consistência da qualidade da comida e o tempo de espera. Para esses autores, é importante entender o que compõe a satisfação do consumidor, pois esta é usada frequentemente como indicador do retorno ou não dos clientes aos restaurantes.

Porém, quanto a avaliação relativa a Variedade e Inovação no setor Gastronômico das cidades de Sorriso e Sinop, os consumidores que responderam o questionário, se dividem numa proximidade de opinião entre 36% como bom e 32% como médio; Apenas 3,7% estão extremamente satisfeitos e 17% satisfeitos. O estudo estabelece que os consumidores dessas cidades valorizam o sabor e atendimento ao optarem por um restaurante. Posto que, o atendimento está associado a um conjunto de serviços suplementares para distinguir-se do produto principal, no que condiz a diversificação no setor de serviços e consumidores distintos (Lovelock & Wright, 1999). Estes autores destacam ainda que o pessoal de contato possa desempenhar um triplo papel: especialista operacional, cumprindo metas operacionais e de marketing. O de profissional de marketing, comercializando o serviço pessoalmente; e até mesmo ser parte do próprio produto, pois pode ser visto pelos clientes como evidência física do serviço. Hansen, Jensen & Gustafsson (2005) abordam tanto a perspectiva instrumental quanto a perspectiva hedônica da ação de comer em restaurantes (Hansen *et al*, 2005, p. 135). Quando vista sob uma perspectiva instrumental, a essência deste tipo de serviço consiste em atender à necessidade de alimentação. Quando vista sob uma perspectiva hedônica, a essência deste serviço consiste em vender “a experiência de fazer uma excelente refeição” (Salazar, 2009). Enquanto por Alvarenga, Lima & Araujo (2007) o sabor é um dos fatores determinantes na escolha de alimentos que gera o prazer. A proposta do estudo de Alvarenga, Lima & Araujo (2007) era estudar o perfil dos consumidores orientados para a saúde, mas similarmente, identificou que o sabor dos

alimentos, ainda é um dos maiores motivos na escolha de um alimento. Entretanto, o sabor apresentou a menor identificação no Grau Satisfação em proporção as demais variáveis ordenadas em análise deste estudo.

As expectativas do sabor, cardápio e preço são maiores que o grau de satisfação, como a análise estatística comprova suas diferenças significativas (apêndice 7). Assim como Mittal & Kamakura (2001) a satisfação do cliente é atingida em decorrência de um conjunto de experiências que ele vivenciou com a organização, em efeito, a lealdade do consumidor dependerá do nível de excelência que a empresa atinja sob a ótica do cliente. Cabendo a empresa ultrapassar os níveis intermediários de satisfação neles despertados. Holley, Saunders & Piercy (2001) relacionam que para que se obtenha a excelência, faz-se necessário também a gestão das expectativas dos clientes e da percepção deles em relação ao serviço.

Hofmman & Bateson (2003) afirmam que a relação entre a satisfação do cliente e a qualidade de serviço está na atualização das avaliações dos clientes acerca a qualidade do serviço recebido, que se dá por meio da satisfação. A forma de os clientes avaliarem a qualidade do serviço de uma empresa que não conhecem é afetada pelas expectativas que eles possuem dela. A cada encontro empresa-cliente, essas avaliações são reforçadas, podendo modificar a intenção de compra do cliente.

Os consumidores demonstram interesse em saber e reter conhecimento sobre os preços dos produtos/serviços comprados frequentemente (Vanhuele & Dreze, 2002). Devido ao grau competitivo entre restaurantes os preços variam muito e estão em estreita relação com o diferencial atribuído pela qualidade, atendimento e ambiente. Da soma desses atributos se define o valor do serviço ao consumidor. Violin (2001), ao falar da qualidade no atendimento, afirma que 98,7% dos consumidores aceitam pagar um pouco mais por um serviço de qualidade, o que nos leva a crer que apenas preço e promoções não são suficientes para atrair e manter clientes, já 93,5% dos entrevistados julga que os atendentes, vendedores, gerentes e dirigentes não estão preparados para atender os clientes, não são treinados, desconhecem seus produtos e serviços, tratam os clientes com arrogância e descaso. Rangel & Cobra (1993) destacam que o cliente está disposto a pagar um preço maior se a qualidade do atendimento está satisfazendo suas necessidades e superando suas expectativas.

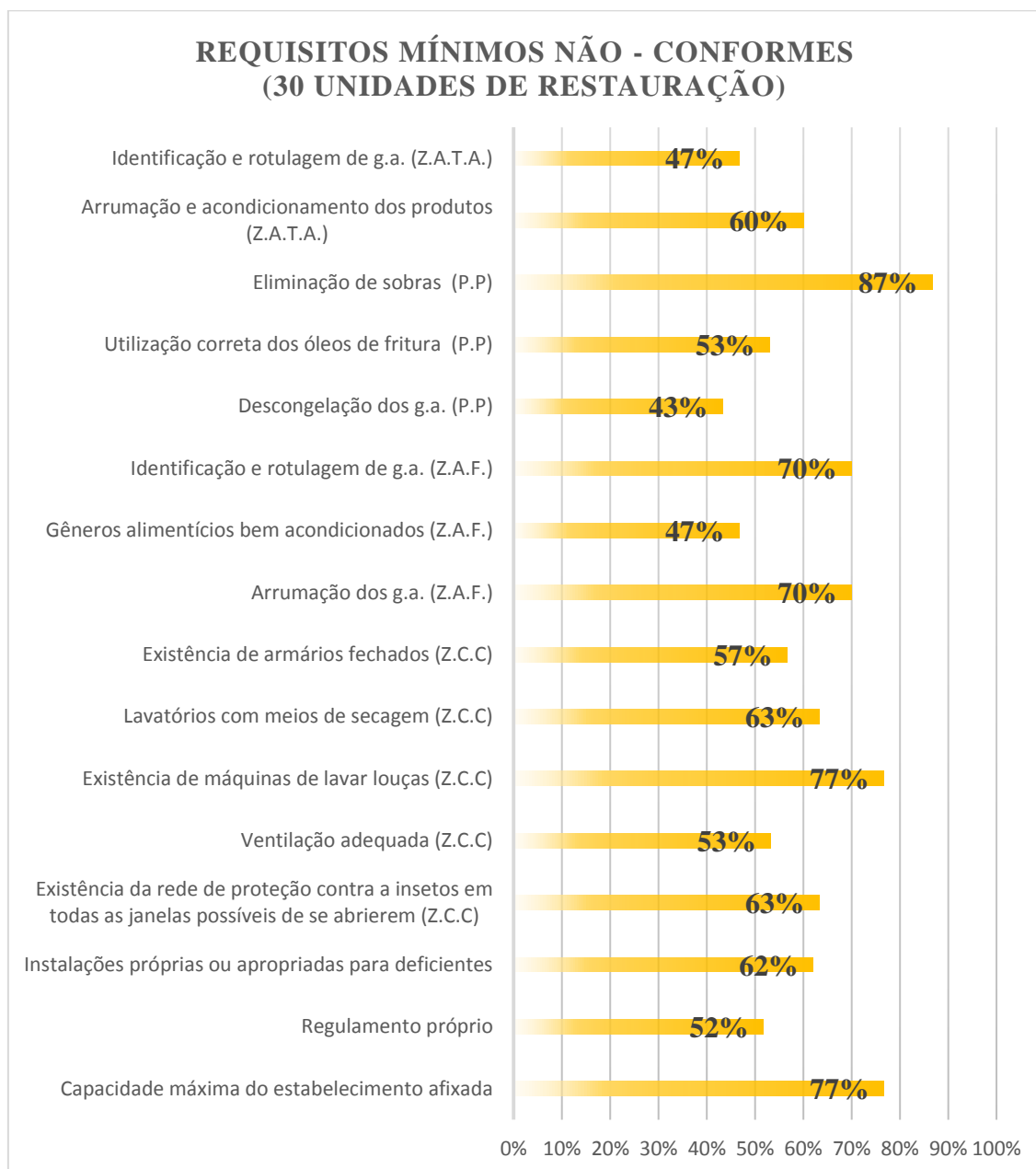
4.1.2. PRÉ-REQUISITOS

Diante de 148 itens avaliados, conforme descrito no capítulo anterior e a limitação de espaço serão apresentados as não – conformidades (NC) num valor percentual a ≥ 10 da população – alvo (30 restaurantes) de acordo com verificação da conformidade legal e normativa ao que inclui o(s) *PPR*(s) assim como o(s) *PPR*(s) operacionais e/ou o plano *HACCP*.

Dos requisitos mínimos verificados, os itens NC classificam-se: Regulamento próprio (51,7%), Instalações próprias ou apropriadas para deficientes (62%), Existência da rede de proteção contra insetos em todas as janelas possíveis de se abrirem “Zona cozinha e copa” (63,3%), Existência de máquinas de lavar louças – “Zona cozinha e copa” (76,7%), Lavatórios com meio de secagem - “Zona cozinha e copa” (63,3%), Existência de armários fechados – “Zona cozinha e copa” (56,7%), Gêneros alimentícios bem acondicionados – “Zona de armazenagem a frio” (46,7%), Descongelação dos gêneros alimentícios – “Zona processo produtivo” (43,3%), Eliminação de sobras – “Zona processo produtivo” (86,7%), Arrumação e acondicionamento dos produtos – “Zona de armazenagem temperatura a frio” (60%).

Os resultados globais da Lista podem ser observados com o respectivo grau de incumprimento no gráfico seguinte.

Gráfico 20: Amostra Resultado Não - Conformidades Lista de Verificação



No presente estudo, a categoria gestão, apresentou a maior percentagem de NC 51,7%. Não havia regulamento um regulamento próprio de procedimentos operacionais padronizados com relação à uma orientação clara de funções e escalas de horário e obrigações dos colaboradores. Quando questionados, os gestores em sua maioria admitiram a necessidade de uma orientação no que condiz os procedimentos

organizacionais do estabelecimento e a importância da padronização destes procedimentos. As unidades de restaurante, em geral possuíam o Manual de Boas Práticas (MBP), porém não existia o POPs. Tanto o Manual de Boas Práticas como o POPs – Procedimentos Operacionais Padronizados são documentos exigidos pelas legislações vigentes e que devem estar devidamente implementados, atualizados e disponíveis para consulta (Parra, 2014). A RDC nº 216, de 15 de setembro de 2004 – Dispõe sobre o regulamento Técnico de Boas Práticas para Serviços de Alimentação: Sociedade Brasileira de Ciências e Tecnologia de Alimentos (SBCTA) – Normas Técnicas “*Códex Alimentarius*” (FAO) – “HACCP: *Hazard Analyses Critical Control Point*”. OMS (WHO, World Health Organization, 2014).

Em relação às Instalações próprias ou apropriadas para deficientes 62% apresentaram NC, pois em muitos dos restaurantes não havia rampa adaptada na entrada do estabelecimento. Segundo dados do IBGE (2012), o Brasil tem 45,6 milhões de pessoas com deficiência e, dos 190 milhões de brasileiros, 23,9% possuem pelo menos uma deficiência. Este público também faz parte do contingente de consumidores de bares, restaurantes e similares, embora muitas vezes não encontrem condições adequadas para frequentar tais estabelecimentos (Neri & Minasse, 2012). Recentemente, alguns países, como o Brasil, têm estendido suas leis a empresas privadas que atendem o público. Em novas construções, a plena conformidade a todos os requisitos das normas de acessibilidade é geralmente possível em 1% do custo total da obra. (WHO - World Health Organization, 2011). Oferecer banheiros adaptados aos clientes de bares e restaurantes, desde dezembro de 2000, deixou de ser diferencial para se tornar uma obrigação. Segundo Teresa Amaral, superintendente do Instituto Brasileiro de Direitos da Pessoa com Deficiência (ABDD), a Lei Federal nº 10.098, publicada em 2012, determina normas gerais e critérios básicos para garantir a acessibilidade das pessoas com deficiência, incluindo regras que dizem respeito a banheiros adaptados. As obras de construção, ampliação ou reforma de edifícios públicos ou privados destinados ao uso coletivo, o que inclui os bares e restaurantes, exigem cuidados específicos e devem ser executadas de modo que tornem o ambiente acessível. Além disso, precisam estar de acordo com as Normas Técnicas da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT). (Abrasel - Associação brasileira de bares e restaurantes, 2014) .

Na “Zona cozinha e copa” a NC referente à existência da rede de proteção contra insetos em todas as janelas possíveis de se abrirem foi de 63,3%, devido a observação das janelas que na maioria, encontravam-se sem tela de proteção ou então, más condições de uso. Em alguns dos casos, as telas estavam com acumulação de detritos, ou então numa altura de difícil acesso para a limpeza periódica necessária. Nas áreas de manipulação de alimentos as janelas e outras aberturas devem ser construídas de maneira que se evite a acumulação de detritos e as que se comunicam com o exterior devem ser providas de proteção anti-pragas. As proteções devem ser de fácil limpeza e boa conservação. – Regulamento Técnico Boas Práticas de Produção de Alimentos. (Secretaria Municipal de Saúde do Estado de São Paulo, 2012).

Quanto a exigência de máquinas de lavar louças na “Zona cozinha e copa” apresentou 76,7% de NC, a gestão alegou um alto custo. Entretanto, na legislação brasileira não existe obrigatoriedade na utilização da máquina de lavar louças, o que a lei determina é que as áreas destinadas à lavagem sejam equipadas com torneiras de água quente e fria. Para diminuir o risco de proliferação e sobrevivência de microrganismos seja interrompido é necessário que temperatura da água atinja $92^{\circ} \text{Celsius}$, o que é insuportável para as mãos humanas pois elas suportam no máximo 40°C (Nutrinews, 2016), apenas a presença de água quente não garante que a louça será lavada adequadamente.

Quanto aos Lavatórios com meio de secagem - “Zona cozinha e copa” 63,3%, das unidades estavam NC, de acordo com o pré-requisito (4.1) exigido pela Anvisa ao que se refere à edificação, instalações, equipamentos, móveis e utensílios, devem existir lavatórios exclusivos para a higiene das mãos na área de manipulação, em posições estratégicas, em relação ao circuito de preparação dos alimentos e em número suficiente de modo a atender toda a área. Em 76%, dos casos apresentavam ausência de sabonete líquido inodoro antisséptico ou sabonete líquido inodoro e produto antisséptico, toalhas de papel não reciclado ou outro sistema higiênico e seguro de secagem das mãos e coletor de papel, acionado sem contato manual. (ANVISA - Agência Nacional de Vigilância Sanitária, 2004), grande parte dos manipuladores secavam suas mãos no próprio avental após lavarem as mãos, em grande parte das vezes que o faziam, seus aventais já se encontravam sujos devido o trabalho.

No que se refere à existência de armários fechados - “Zona cozinha e copa” verificou-se um valor de 56,7% de NC, os pratos já higienizados estavam em prateleiras abertas. No regulamento técnico sobre os parâmetros e critérios para o controle higiênico-sanitário em estabelecimentos de alimentos, Portaria CVS-6/99, de 10.03.99, que refere que os utensílios que entram em contato com os alimentos devem estar protegidos. (ANVISA - Agência Nacional de Vigilância Sanitária, 2004).

Os Gêneros alimentícios bem acondicionados verificados, apresentaram 46,7% de NC, na maioria das observações o armazenamento dos alimentos refrigerados após o preparo encontrava-se sem identificação, embalagens inadequadas, data de produção e validade. Caso o alimento preparado seja armazenado sob refrigeração ou congelamento deve-se apor no invólucro do mesmo, no mínimo, as seguintes informações: designação, data de produção e prazo de validade.

Na “Zona processo produtivo” os itens referentes à Descongelamento dos gêneros alimentícios 43,3% das unidades estão NC. Por outro lado, observou-se que o descongelamento não estava a ser conduzido de forma correta, isto é, em temperatura ambiente a qual se encontrava acima de 30 graus, aproximadamente por tempo demasiado, sem a refrigeração adequada. Tal situação permitiria evitar que as áreas superficiais dos alimentos se mantenham em condições favoráveis à multiplicação microbiana. O descongelamento deve ser efetuado em condições de refrigeração à temperatura inferior a 5°C (cinco graus Celsius) ou em forno de micro-ondas quando o alimento for submetido imediatamente à cocção. No que respeita a gestão das sobras observou-se que em 86,7 de NC das unidades as mesmas não eram efetuadas corretamente, os alimentos encontravam-se expostos mais de 4 horas no buffet, sem verificação da temperatura, ao fim do serviço eram reaproveitados para o preparo no dia seguinte, incluindo *rolls* com peixe cru, os “*sushis*”. De acordo com (Instrução Normativa DIVISA/SVS, 2015) Sobras são alimentos prontos que não foram distribuídos ou que ficaram no balcão térmico ou refrigerado. Somente podem ser utilizados sobras que tenham sido mantidas em condições de armazenamento adequadas, isto é, em temperatura correta. Alimentos prontos que foram servidos não devem ser reaproveitados, para reaproveitamento de sobras quentes, devem ser reaquecidas a 74°C e mantidas a 65°C ou mais, para serem servidas, até um máximo de

12 horas. Reaquecidas a 74°C e quando atingirem 55°C na superfície devem ser resfriadas a 21°C em 2 horas, devendo atingir 4°C em mais 6 horas, para serem reaproveitadas no máximo em 24 horas. Na conduta anterior, após atingirem 55°C, podem ser congeladas, devendo serem seguidos os critérios de uso para congelamento: Alimentos que sofreram tratamento térmico e que serão destinados à refrigeração devem ser armazenados em volumes e em recipientes (e, ou protegidos de outra forma) ou utensílios com altura máxima de 10 cm, devendo serem cobertos quando atingirem a temperatura de 21°C.

Na “zona do Processo Produtivo” o item referente à utilização correta dos óleos de fritura em 53% das situações, não havia controle de temperatura, muitas fritadeiras apresentaram-se sem termostato, ou fora de uso, ou então, o óleo apresentava um tom muito escuro. Os óleos e gorduras utilizados devem ser aquecidos a temperaturas não superiores a 180°C (cento e oitenta graus *Celsius*), sendo substituídos imediatamente sempre que houver alteração evidente das características físico-químicas ou sensoriais, tais como aroma e sabor, e formação intensa de espuma e fumo. A temperatura desses equipamentos deve ser regularmente monitorizada e, também, devem ser realizadas manutenções programadas e periódicas dos equipamentos e utensílios bem como a calibração dos instrumentos ou equipamentos de medição, mantendo os respectivos registros.

Houve um índice elevadíssimo de NC no requisito a que se refere à identificação e rotulagem dos gêneros alimentícios 70%, pois muitos dos alimentos preparados mantidos na área de armazenamento não estavam identificados e protegidos contra contaminantes, suas embalagens encontravam-se abertas ou mal vedadas. Não era registrada a identificação, a designação do produto, a data de preparo e o prazo de validade nas etiquetas de identificação, que deve ser feita pelo cozinheiro que acabara de manipular a preparação. Averiguou-se uma grande relutância a esse procedimento, justificado com a “falta de tempo”, ou um número insuficiente de funcionários.

Quanto à limpeza de equipamentos (fogão, fritadeira e micro-ondas) na “zona de copa e cozinha”, observou-se um resultado insatisfatório na limpeza das fritadeiras, e micro-ondas, em 36,7%, das unidades. Os micro-ondas não eram limpos periodicamente,

apenas quando apresentavam excesso de detritos, e as fritadeiras não eram protegidas com tampas após o serviço e muito menos esvaziadas e limpas todos os dias. Na “zona de armazenagem a frio”, constatou-se em 36,7% de NC na limpeza dos equipamentos, tendo em atenção a acumulação de gelo, e em alguns dos casos com gelo de coloração suspeita a falta de higienização frequente.

A irregularidade na existência de guarda de pertences (cacifos) em vestiários foi de 37% e NC e na exigência de zonas de vestiário separadas por sexo de 30% de NC, torna discutível, pois a Norma Brasileira distingue uma diferença entre vestiário e local para guarda de pertences. A NR 24 estabelece que será necessário disponibilizar armário individual quando a atividade exigir troca de roupas. 24.2 – Vestiários 24.2.1 - Em todos os estabelecimentos industriais e naqueles em que a atividade exigir troca de roupas, ou seja, imposto o uso de uniforme, haverá local apropriado para vestiário dotado de armários individuais, observada a separação de sexos. (NR 32 - Norma Regulamentadora, 2012).

Na zona exterior em 37,1% dos restaurantes, não foi identificada a existência de lista do dia com os respectivos preços. De acordo com o DECRETO Nº 5.903, DE 20 DE SETEMBRO DE 2006, Art. 2º, os preços de produtos e serviços deverão ser informados adequadamente, de modo a garantir ao consumidor a correção, clareza, precisão, ostensividade e legibilidade das informações prestadas. (Presidência da República Casa Civil Subchefia para Assuntos Jurídicos, 2004)

Em geral, no que diz respeito globalidade de resultados as NC por nós verificados, comparadas a resultados encontrados por (AkutsuI, BotelhoI, CamargoI, SávioI, & Wilma Coelho AraújoI, 2005) no estudo feito na cidade de Brasília apenas a “higiene e saúde dos funcionários” apresentou percentuais mais satisfatórios. Em referência às operações gerais executadas nos restaurantes comerciais avaliados da cidade de Goiânia, grande parte dos restaurantes do tipo *self-service* estudados não estavam nas devidas condições higiênico- sanitárias (Costa, et al., 2005). As duas cidades pertencem a biodiversidade semelhante a região do Mato Grosso, onde as cidades de Sorriso e Sinop estão situadas.

Este estudo no que respeita a “higiene e saúde dos funcionários”, apresentam as

classificações de 10,7%, quando a taxa de NC na cidade de Brasília apontou para 6,68% e Goiânia 11,11%. Em “qualidade sanitária de produção” 42,56% em Sorriso e Sinop, 26,66% Brasília e 55,56% Goiânia. Em “higienização das instalações e ambientes” 39,67% em Sorriso e Sinop, 66,66% em Brasília e 33,33% em Goiânia.

Face um país de clima diversificado, este estudo por nós elaborado preocupou-se em comparar os resultados com restaurantes localizados em regiões de temperaturas elevadas, divididas em duas monções, úmida e seca. Condições estas que exigem um controle das BPF ainda mais exigentes no que respeita ao combate a contaminação alimentar químicas e biológicas como dito.

Quando inquiridos sobre a importância dada à Segurança Alimentar, 72% dos consumidores julgam ser de extrema importância e, por se tratar de uma região com temperaturas climáticas elevadas no decorrer do ano, 56% já se questionaram com relação a manipulação correta dos alimentos na questão do controle da temperatura. Entretanto a alta percentagem àqueles que não se questionaram resultou na falta de associação entre a segurança alimentar e a manipulação correta ao que se refere à temperatura climática constantemente elevada nas cidades. É de salientar que o crescimento microbiano é afetado, não apenas pela temperatura, mas também por outros fatores intrínsecos e extrínsecos. O crescimento de microrganismos patogênicos será tanto mais acelerado quanto mais próximo da temperatura ótima de crescimento se encontrar o alimento (Quali.pt, 2016). A TIA apresentou a maior preocupação dos consumidores quanto a segurança alimentar. No estudo feito por (Andrade, Deliza & Yamada, 2013) ao serem questionados sobre contaminação de alimentos, vários riscos foram espontaneamente levantados, assim como os principais produtos associados a esses. Menções relacionadas a riscos, como intoxicação alimentar, botulismo e agrotóxicos foram comuns nas cidades do Rio de Janeiro e Campinas (SP). Kleef e seus colaboradores (2006), em estudo sobre a percepção de riscos associados ao consumo de alimentos em diferentes países, identificaram papel importante da mídia na percepção dos referidos riscos pelos consumidores, apesar de a mesma não ter grande impacto nas decisões de compra. Os consumidores podem fazer a decisão racional somente quando eles estão cientes da decisão de riscos associados aos seus comportamentos pessoais. É importante compreender rotinas e hábitos, fornecendo informações para criar

familiaridade com os riscos de segurança alimentar e a conciliação de práticas da manipulação de alimentos. Esta abordagem levaria a programas educacionais para incentivarem os consumidores a aceitarem as opiniões dos peritos (Behrens, Barcellos, Lynn, Nunes & Franco, 2009).

No que se refere à avaliação das condições higiênicas de serviços de alimentação, apesar das oscilações houve um crescimento de adequações após a publicação da RDC nº 216/2004 entre o ano de 2005 a 2011. A média geral de conformidades foi de 55,54%, e com grande variação entre as 12 categorias avaliadas, sendo os menores índices observados na documentação e registro e, na responsabilidade. Estabelecimentos que possuíam responsável técnico em período integral tiveram maiores percentuais de conformidades (Silveira, Bauermann, Floriano & Garcia, 2016).

CAPÍTULO 5:

5.1. CONCLUSÃO

Muito trabalho deve ainda ser feito para melhorar a segurança dos alimentos. No que traduz este estudo há grande carência em mão de obra devidamente informada e qualificada.

O armazenamento dos gêneros alimentícios é frequentemente feito sem identificação adequada e faz-se o reaproveitamento das sobras expostas em temperaturas de risco.

Existe necessidade de uma maior procura de informações da parte da gestão em relação à padronização dos procedimentos operacionais de seus colaboradores. Os restaurantes em geral apresentam boas edificações, mas falham em pequenos requisitos.

Muitos dos resultados apresentados indicam que ainda são necessárias melhorias na qualidade dos serviços de alimentação na região e persistência das entidades regulamentadoras. O nosso estudo também conclui a necessidade de ampliação de investigação na área da qualidade e segurança de alimentos, com abordagens que, além do diagnóstico, avaliem o impacto informativo e prático nos estabelecimentos e, nas insatisfações dos seus consumidores.

Os consumidores dos restaurantes não associam a segurança alimentar com a manipulação correta dos alimentos e ao controlo da temperatura.

Ao que constatamos, não é suficiente para os resultados e para a sobrevivência de uma empresa apenas ter clientes satisfeitos. Também é importante que, além de satisfeitos, os mesmos voltem a consumir. Os resultados apontam a experiência como dentro das expectativas porém apresentam um número significativo na falta de interesse em retornar ao restaurante.

A variáveis serviço de atendimento, preço e sabor em todos os estabelecimentos pesquisados e independentemente das características socioeconômicas e de formação do cliente, tem uma avaliação semelhante dos inqueridos, mostrando que o nível de

aceitação é demonstrado abaixo de suas expectativas e, em consequência a informação de que o mercado gastronômico nas cidades de Sorriso e Sinop precisa inovar-se.

5.2. LIMITES DA INVESTIGAÇÃO

Um dos pontos limitadores deste estudo deveu-se ao tipo de restaurante escolhido, pois foram analisados restaurantes com pequenas diferenças de padrão sócio econômico. Diante desta leve semelhança, não foi encontrada uma diferença significativa entre os estabelecimentos avaliados.

Notou-se também uma movimentação por parte da vigilância sanitária ao perceber que este trabalho estava sendo executado, fator esse que fez com que a entidade não fosse procurada novamente para a verificação dos números de restaurantes nas cidades.

5.3. RECOMENDAÇÕES PARA INVESTIGAÇÕES FUTURAS

Para a comunidade acadêmica, este estudo contribui essencialmente com algumas manifestações a respeito do valor percebido pelos consumidores de restaurantes das cidades de Sorriso e Sinop, mediante exploração dos principais fatores determinantes para a satisfação geral dos clientes através de recurso a um modelo apropriado para a avaliação da satisfação.

Pode-se tentar ampliar a variedade e quantidade da amostra para perceber se existem diferenças por localidade e padrão de estabelecimento, pois os determinantes de satisfação geral e irregularidades dos pré-requisitos das BPF poderão não ser os mesmos.

Também seria interessante realizar mais estudos do mesmo gênero mais atualizadas em outras cidades do estado do Mato Grosso e também regiões do país, com características demográficas semelhantes. As influências culturais, sazonais e regionais representam, em determinados lugares, fatores de forte atuação na tomada de decisões por parte dos consumidores. Propondo que, com isso, possamos contribuir para a discussão do tema, pois, se no Brasil em partes isoladas há restaurantes que estão implementando sistemas

de gestão da qualidade, ainda existe um grande número que não implementam a qualidade com a devida importância a qual ela tem.

Entretanto, este *know-how* empírico transfere sugestão a um estudo aprofundado sobre os componentes sensoriais do ambiente de forma ordenada, abrindo um vasto caminho para estudos e novas explorações.

O método qualitativo *focus group* possui grande utilidade em estudos exploratórios sobre o comportamento do consumidor, o que sugere à um próximo estudo, devido as diferenças de expectativas conceituais. Esse método permite aos participantes explicar motivações e razões para as suas atitudes, percepções e preferências, por meio de interação, formulação de ideias; permite, ainda, aos participantes, tirar conclusões e respostas que, usando-se outros métodos de pesquisa, não seriam obtidas (Minim, 2006).

BIBLIOGRAFIA

ABERC . (19 de janeiro de 2015). *ABERC - Associação Brasileira das Empresas de Refeições Coletivas*. Acesso em 15 de setembro de 2016, disponível em <http://www.aberc.com.br/index.asp>

Abrasel - Associação brasileira de bares e restaurantes. (24 de setembro de 2014). *Abrasel - Associação brasileira de bares e restaurantes*. Acesso em 21 de outubro de 2016, disponível em <http://www.abrasel.com.br/noticias/2922-24092014-banheiro-adaptado-conheca-as-normas.html>

Abrasel, Associação de Bares e Resaturantes. (26 de junho de 2015). *Alto consumo com alimentação fora do lar beneficia franquias do setor*. Acesso em 29 de agosto de 2016, disponível em Abrasel, Associação de Bares e Resaturantes: <http://www.abrasel.com.br/component/content/article/7-noticias/3592-26062015-alto-consumo-com-alimentacao-fora-do-lar-beneficia-franquias-do-setor.html>

AkutsuI, R. d., BotelhoI, R. A., CamargoI, E. B., SávioI, K. E., & Wilma Coelho AraújoI. (30 de maio de 2005). Adequação das boas práticas de fabricação em serviços de alimentação . *SciELO Revista de Nutrição*, 18.

Almeida, G. L., Costa, S. R., & Gaspar, A. (14 de Abril/Junho de 2010). A questão da gestão da segurança de alimentos em restaurantes comerciais do tipo self-service: o estudo de um caso. (GEPROS, Ed.) *Gestão da produção, operações e sistemas*(5), pp. 11-26.

Almeida, M. R. (2014). *Marketing de Serviços* (1 Ed. ed.). Lisboa.

Almeida, M. R., & Pereira, J. M. (2014). A gestão e a avaliação da qualidade dos serviços. Em Sílabo (Ed.), *Marketing de Serviços* (pp. 133-135). Lisboa.

Alvarenga, A. S., Lima, D., & ARAUJO, G. (2007). Perfil do Consumidor de Alimentos Orientado para Saúde no Brasil. *ENANPAD – Encontro Nacional de Pesquisa em Administração, XXXI*. Rio de Janeiro: Anpad.

Anderson, J. C., Rungtusanatham, M., & Schroeder, R. G. (1994). A teory of quality management underlying the Deming Management Method. *The Academy of Management Review*, 3(19), pp. 472-509.

Andrade, J. C. (jul/set de 2013). Percepção do consumidor frente aos riscos associados aos alimentos, sua segurança e rastreabilidade. *Brazilian journal of food technology*, 16(3), pp. 184-191.

Andrade, J. C., Deliza, R., & Yamada, E. A. (2013). Consumer perception of risks associated with food, safety and traceability. *Brazilian journal of food technology*, 16(3), 184-191.

Andrigueto, J., Nasser, L., Teixeira, J., Simon, G., Veras, M., Medeiros, S. S., & Martins, M. d. (20 de Agosto de 2008). *Produção Integrada de Frutas e Sistema*

Agropecuário de Produção Integrada Disponível em:
http://www.agricultura.gov.br/pls/portal/docs/Page/Mapa/Serviços/Proteção_Integrada_de_Frutas1/Prod_Integrada_Textos/Livro%20Pif-Sapi%2013%20Maio%2008%20Revisado_0.PDF. Acesso em 23 de Julho de 2016, disponível em Departamento de Sistemas de Produção e Sustentabilidade:
http://www.agricultura.gov.br/pls/portal/docs/Page/Mapa/Servicos/Protecao_Integrada_de_Frutas1/Prod_Integrada_Textos/Livro%20Pif-Sapi%2013%20Maio%2008%20Revisado_0.PDF

Antunes, M. L. (2010). *Qualidade para Principiantes* (2 Ed. ed.). Lisboa.

Anvisa - Agência Nacional de Vigilância Sanitária. (16 de setembro de 2004). Resolução RDC no 216, de 15 de setembro de 2004. *Dispõe sobre Regulamento Técnico de Boas Práticas para Serviços de Alimentação*. Brasília: D.O.U. - Diário Oficial da União.

Ariely, D., & Norton, M. I. (2009). Conceptual Consumption. *Annual Review of Psychology*, pp. 475 - 499.

Bachman, L. (2002). Some reflections on task-based language performance assessment. Em L. Testing (Ed.).

Barbosa, L. (2009). *Tendências da alimentação contemporânea. Em Juventude, consumo e Educação*. (1 ed.). Porto Alegre: ESPM.

Barendz, A. W. (1998). Food safety and total quality management. 9(2), 3.

- Behara, R. S., & Gundersen, D. E. (2001). Analyses of quality management practices in services. *The International Journal of Quality & Reliability Mangement*, 18(6), 584-603.
- Behrens, J. H., Barcellos, M. N., Lynn, J. F., Nunes, T. P., & Franco, B. D. (15 de julho de 2009). Consumer purchase habits and views oh food safety: A Brazilian study. *Food Control*. Rio de Janeiro: Elsevier Journal.
- Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1992). *Serviços de Marketing: competindo através da qualidade* . São Paulo: Maltese-Norma.
- Bolton, R. N., & Drew, J. H. (1991). A longitudinal analysis of the impact of service changes on costumers attitudes. *Journal of Marketing*(55), 1-9.
- Brandimarti, L. (Junho de 1999). Comer é questão de vida ou de morte.”.
- Carballido, J. R., Viyella, A. R., & Moreno, I. J. (1994). *Exigencias de calidad en las empresas alimentarias: industria carnica*. Enero-Febrero: Alimentaria.
- CDC - Centers for Disease Control and Prevention. (18 de Março de 2016). Foodborne Outbreak Tracking and Report. GA, USA.
- CDC, Centers for Disease Control and Prevention. (2015). Surveillance for Foodborne Disease Outbreaks. *Annual Report*. (U. S. Services, Ed.) Georgia, USA: Services, United States US Department of Health and Human.
- Choi, C. J., Eldomiaty, T. I., & Kim, S. W. (2007). Consumer trust, social marketing and ethics of welfare exchang. *Journal of Business Ethics*, 1(1), 74.

Consea. (15 de setembro de 2006). *Conselho Nacional de Segurança*. Acesso em 24 de agosto de 2016, disponível em <http://www4.planalto.gov.br/consea/conferencia/documentos/lei-de-seguranca-alimentar-e-nutricional>

Costa, C. F., Oliveira, F. C., Ribeiro, A. P., Peixoto, R., Campos, R. C., & Nojinomoto, I. T. (2005). Política de segurança alimentar: avaliação da utilização das boas práticas de confecção através de check-list em restaurantes de Goiânia. Goiânia: Curso de Nutrição da Universidade Paulista. Fonte: Food security politics: evaluation of the good practice manufacturing's use through the check-list in restaurants of Goiânia, Goiás Cynthia Fonseca Costa¹, Fabiana Cintra de

performance-based and perception-minus-expectations measurement of service Oliveira¹, Ana Paula Martins Ribeiro¹, Raquel Peixoto Jaime¹, Ronan de Castro Campos¹, Idalina Thiomi Inumaru Nojimoto¹ ¹Curso de Nutrição da Universidade Paulista, Goiânia-GO, Brasil.

Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1994). SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling quality. *Journal of Marketing*(58), 125-31.

Cronin, J. J., Brady, M. K., & Hult, G. T. (2000). Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. *Journal of Retailing*, 76(2).

Deming, W. E. (1986). *Out of crisis*. . Cambridge: Center for Advanced Engineering Study.

- Dencker, A. F. (1998). *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Turismo*. São Paulo: Futura.
- Denzin, N. K., & Lincon, Y. S. (2005). *Handbook of Qualitative Research*. Sage: Thousand Oaks.
- Dias, R. R., & Afonso, J. C. (2015). *Marketing Agroalimentar*. Porto: VidaEconômica.
- Dioz, R. (30 de 11 de 2014). *Jornal G1*. Acesso em 10 de agosto de 2016, disponível em Matro Grosso notícias: <http://g1.globo.com/mato-grosso/noticia/2014/11/desenvolvimento-humano-em-mt-avancou-mais-de-61-em-19-anos.html>
- Dube, L., Renaghan, L. M., & Miller, J. M. (1994). *Measuring customer satisfaction for strategic management* (1 ed.). London: Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly.
- Edelman. (2013). Trust barometer. Lisboa: www.edelman.com.
- Ehiri, J. E., Morris, G. P., & McEwen, J. (1995). *Implementation of HACCP in food businesses: the way ahead*. (6 ed., Vol. 6). Food Control.
- Figueiredo, V. F., & Costa Neto, P. L. (abril de 2001). Implantação do HACCP na Indústria de Alimentos. *Gestão e Produção*, 8(1), pp. 100-111.
- Garvin, D. A. (Novembro de 1987). Competing of the Eight Dimensions of Quality. *Harvard Business Review*.

- Gomes, S. (2015). *A responsabilidade social das empresas e o estabelecimento de relações de confiança com o consumidor: aplicação ao setor alimentar* (1 ed.). (T. M. School, Ed.) Porto.
- Goodacre, C. D. (1999). *Food quality and safety link*. (13 ed.). Food Science Technology Today .
- Governament South of Australia . (15 de setembro de 2014). *SA Health - The risks of poor nutrition*. Acesso em 22 de agosto de 2016, disponível em www.sehealth.sa.gov.au/wps/wcm/connect/public+health+at+risk/
- Grijspaard, V. C. (1995). 49(3), 36.
- Grönroos, C. (1990). *Service Management and Marketing: Managing the moments of truth on the service competition* (1 ed.). Lexington: Lexington Books.
- Grönroos, C. (2007). *Service Management and Marketing: Customer management in service competition* (3 ed.). London: Wiley.
- Granuzzo O., A., Augusto, M. A., & Mattosinho, P. (2000). *Avaliação da qualidade de um serviço e algumas ferramentas úteis no gerenciamento da qualidade de serviços* (Vol. 4). Rio de Janeiro: Cadernos Discentes COPPEAD.
- Hansen, K. V., Jensen, O., & Gustafsson, I.-b. (2005). The meal experience of á la carte restaurant customers. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 5(2), pp. 135-151.
- Hoban, T. J. (1999). Consumer acceptance of biotechnology in the United States and Japan. 53(5), 50-53.

Hofimman, K. D., & Bateson, J. (2003). *Princípios de Marketing de Serviços: conceitos, estratégias e casos* (2 ed.). São Paulo: Thomson Learning.

Holley, G. J., Saunders, J. A., & Piercy, N. F. (2001). *Estrategia de marketing e posicionamento competitivo* (2 ed.). São Paulo: Pretince Hall.

Howell, D. C. (2010). Statistical Methods for Psychology. Em Wadsworth (Ed.). Belmont.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (01 de janeiro de 2016). *IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística*. Acesso em 25 de outubro de 2016, disponível em <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?codmun=510790>

INMET - Instituto Nacional de Meteorologia. (23 de outubro de 2016). *NMET - Instituto Nacional de Meteorologia*. Acesso em 24 de outubro de 2016, disponível em <http://www.inmet.gov.br/portal/index.php?r=estacoes/estacoesConvencionais>

Instrução Normativa DIVISA/SVS. (11 de fevereiro de 2015). *LEGISWEB*. Acesso em 23 de setembro de 2016, disponível em <https://www.legisweb.com.br/legislacao/?id=281122>

Jouve, J. L. (1998). Principles of food safety legislation. 9(2), 3.

Juran, J. M. (1992). *Qualidade desde Projeto os Novos Passos para o Planejamento da Qualidade em Produtos e Serviços* (2 ed.). São Paulo.

Kjaernes, U. e. (2007). *Trust in food: A comparative and institucional analysis* (1 ed.). (P. Macmillann, Ed.) New York.

Kleef, E. V., Frewer, L. J., Chryssochoidis, G. M., Houghton, J. R., Korzen-Bohrs, S., Krystallis, T., . . . Rowe, G. (2006). Perceptions of food risk management among key stakeholders: Results from a cross- European study. *47, 1*, 46-63. London: Appetite.

Kotler, P., & Armstrong, G. (1998). *Principios de Marketing* (1 ed.). Rio de Janeiro: Prentice - Hall Brasil Ltda.

Las Casas, A. L. (1999). *Qualidade total em serviços: conceito, exercícios, casos práticos* (3 ed.). São Paulo: Atlas.

Lei No 1866 / 79. (10 de janeiro de 2012). *CÓDIGO DE OBRAS LEI No 1866 / 79 - NORMAS PRELIMINARES*. Acesso em 23 de outubro de 2016, disponível em <http://apl01.pmcg.ms.gov.br/agendaUploads/aprovacaodigital/CODIGODEOBRAS.pdf>

Leitão, R. (2012). *Grandes Expectativas* (1 ed.). Lisboa: Edições Sílabo.

Lopes, A., & Capricho, L. (2007). *Manual de Gestão Qualidade 100%* (1 Ed. ed.). Lisboa: Editora HR.

Lovelock, C. (1983). Classifying service to gain strategic marketing insights. *Journal of marketing*, 7(47), 9 -20.

Lovelock, C., & Wright, L. (1999). *Principles of service marketing and management* (1 ed.). London: Prentice Hall.

Marques, J. A. (2008). *Manual do Restaurante e do Bar* (1 ed.). Porto: Editora Civilização.

Martins, C. (2011). *Manual de análise de dados quantitativos em recurso ao IBM® SPSS®: saber decidir, fazer, interpretar e redigir*. (1 ed.). Braga, Portugal: Psiquilíbrios.

Minim, V. P. (2006). *Análise Sensorial: Estudo com Consumidores*. Viçosa: UFV.

Miranda, L. A., & Pinto, W. A. (2002). *Como gerar as expectativas na prestação de serviços* (11 ed.). (COOPEAD, Ed.) Rio de Janeiro: Cadernos Discentes.

Mittal, V., & Kamakura, W. A. (2001). Satisfaction Repurchase Intent and Repurchase Behavior: Investigating the Moderation, Effect and Costumers. *Journal of Marketing Research*, 38(1), 131-142.

Neri, L., & Minasse, M. G. (16 de novembro de 2012). Acessibilidade em restaurantes e similares : Reflexões introdutórias . *Anais do VII Seminário de Pesquisa em Turismo e Mercosul*. Caxias do Sul: Universidade Caxias do Sul.

NR 32 - Norma Regulamentadora. (23 de junho de 2012). *NR-32 – VESTIÁRIO x GUARDA DE PERTENCES*. Acesso em 23 de outubro de 2016, disponível em
24 - Guia Trabalhista:
http://www.sindhosp.com.br/anexos/NR32/NR_abril12.pdf

Nutrinews. (2016). Higienização de Utensílios - Uma questão de segurança. *Nutrinews*, 28(264), 21. Fonte: <http://www.sindal.org.br/NUTRINEWS264.pdf>

Oliveira, D. d. (2004). *Planejamento estratégico: conceitos, metodologia práticas* (20 ed.). São Paulo: Atlas.

- OMS, (2006). *Importancia de la inocuidad de los alimentos para la salud y el desarrollo* (705 ed., Vol. 705). Ginebra: Série de Informes técnicos.
- OMS, (25 de novembro de 2005). *WHO European health report 2005: public health action for health children and population*. Acesso em 22 de agosto de 2016, disponível em www.euro.who.int/Document/E91153.pdf
- OMS, (15 de setembro de 2011). *Global status report on noncommunicable diseases 2010*. Acesso em 01 de agosto de 2016, disponível em www.who.int/mediacentre/factsheets/fs317/en
- Organização Pan Americana de Alimentos. (10 de agosto de 2010). *Manual de capacitação de manipuladores de alimentos*. Acesso em 23 de outubro de 2016, disponível em <http://bvs.panalimentos.org/local/file/manualRocinha.pdf>
- Paladini, E. P. (1996). *Gestão da qualidade: a nova dimensão da gerência de produção*. Florianópolis: UFSC.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual: A Multiple-Item scale for measuring customer perceptions of quality . *Journal of Retailing*, 1(64), 12-40.
- Parra, D. (11 de setembro de 2014). *Manual de Boas Práticas de Fabricação X POPs - Procedimentos Operacionais Padronizados*. Acesso em 22 de outubro de 2016, disponível em Food Safety Brazil: Respeite o direito autoral e sempre referencie a fonte com hiperlink. Leia mais em: <http://foodsafetybrazil.org/manual-de-boas-praticas-de-fabricacao-x-pops-procedimentos-operacionais-padronizados/#ixzz4Nq827WXY>

Pereira, L., Pinheiro, A. N., & Silva, G. C. (2014). *Boas Praticas na manipulação de alimentos* (1 Ed. ed.). Rio de Janeiro: Senac.

Portal Brasil. (20 de julho de 2014). *Turismo - Alimentação em Bares e Restaurantes cresce no Brasil*. Acesso em 14 de setembro de 2016, disponível em Portal Governo Brasil: <http://www.brasil.gov.br/turismo/2014/06/alimentacao-em-bares-e-restaurantes-cresce-no-brasil>

Potter, N. N., & Hotchkiss, J. H. (2002). *Food Science* (7 ed.). London: Food Science Texts.

Powell, D. A., Blaine, K., Leudtke, A., Morris, S., & Wilson, J. (2001). Riskmanagement and communication: Enhancing consumer confidence. Em s. a. *Governing food science* (Ed.). Montreal, Canadá: Mc. Gill-Queen_s University Press.

Presidência da República Casa Civil Subchefia para Assuntos Jurídicos. (11 de outubro de 2004). Acesso em 23 de outubro de 2016, disponível em https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Decreto/D5903.htm

Quali.pt. (20 de fevereiro de 2016). *Quali.pt - Segurança Alimentar*. Acesso em 26 de outubro de 2016, disponível em Qualidade microbiológica doas alimentos: <http://www.quali.pt/seguranca-alimentar/209-qualidade-microbiologica-alimentos>

Quivy, R., & Campenhoudt, L. V. (2013). *Manual da Investigação em Ciências Sociais* (6 ed.). Lisboa: Gradiva.

- Rangel, A., & Cobra, M. H. (1993). *Serviços ao cliente : uma estratégia competitiva* (2 ed.). São Paulo: Marcos Cobra.
- Renn, O. a. (1997). *Risiko-und Technikakzeptanz. Enquete-Kommission, "Schutz des Menschen und der Umwelt" des 13* (2 ed.). Berlin: Oryx Press.
- Roberts, C. A. (2001). *The food safety information handbook*. Oryx Press.
- Rosa, M. J., Sa, P. M., & Sarrico, C. S. (2014). *Qualidade em Ação* (1 ed.). Lisboa: Silado.
- Saias, L. (2007). *Marketing de Serviços*. Lisboa: Universidade Católica.
- Salazar, V. S. (30 de setembro de 2009). O Papel das pessoas nos ambientes de restaurantes gastronômicos e a satisfação do cliente. *Revista Turismo Visão e Ação* , 11(3), pp. 325-340.
- Schoorman, F. D., Mayer, R. G., & Davis, J. H. (2007). An integrative model of trust: Past, present and future. *Academy of Management Review*, 32(2), 344-354.
- Scully, J. (2003). Genetic engineering and perceived levels of risk. *British Food Journal*, 105(1/2), 59-77.
- Secretaria Municipal de Saúde do Estado de São Paulo. (2012). Guia de orientação para estabelecimentos de assistência a saúde. São Paulo.
- Siegel, S. (1975). Estatística Não-paramétrica Para as Ciências do Comportamento. São Paulo: McGraw-Hill.

- Silva, E. L., & Menezes, E. M. (2005). Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação. Florianópolis: Universidade Federal de santa Catarina, UFSC.
- Silva, J. E. (2014). *Manual de Controle Higienico Sanitario em Serviços de Alimentação* (7 Ed. ed.). (L. Varela, Ed.) Sao Paulo.
- Silva, O., & Câmara, F. C. (2001). Estatística não-paramétrica - Testes de hipóteses e medidas de associação. Ponta Delgada: Universidade dos Açores.
- Silveira, J. T., Bauermann, C. C., Floriano, J. M., & Garcia, M. V. (30 de jan-abril de 2016). Higiene dos serviços de alimentação no Brasil: uma revisão sistemática. *Saúde em Revista*, 16(42), pp. 57-69.
- SINAN, Ministério da Saúde do Brasil. (1 de Outubro de 2015). Acesso em 5 de Setembro de 2016, disponível em <http://u.saude.gov.br/images/pdf/2015/novembro/09/Apresenta---o-dados-gerais-DTA-2015.pdf>
- Slack, N., Chambers, S., Harland, C., Harrison, A., & Johnston, R. (1999). *Administração da produção*. (E. A. S.A., Ed.) São Paulo.
- Slovic, P., Lichtenstein, S., Read, S. and Combs, B. (2002). Como o cofre é seguro o suficiente? Um estudo psicométrico de atitudes para com os riscos tecnológicos e benefícios. *Política Ciências*, 8, 127-152. Earthscan, Londres: Slovic.
- Spang, R. L. (2003). *A Invenção do Restaurante* (1 ed.). Lisboa: Temas e Debates - Atividades Editoriais, Ltda.

Suarez, G. (18 de agosto de 2015). *Quality Way World Press*. Acesso em 12 de agosto de 2016, disponível em <https://qualityway.wordpress.com/2015/08/18/david-a-garvin-e-as-oito-dimensoes-da-qualidade-por-gregorio-suarez-parte-1/>

The Prince of Wales International Business Leaders Forum. (2002). *Food for thought: corporate social responsibility for food and beverage manufactures*. IBLF.

Vance Dietz, L., Maed, S. P., Laurence, S., Linda, F., Bresee, J. S., Shapiro, C., . . . Robert , V. T. (1999). *Food-related Illness and Death in the United States*. (Emerging Infectious Diseases ed., Vol. 5).

VANHUELE, M., & DREZE, X. (2002). Measuring the price knowledge shoppers bring to the store. *Journal of Marketing*.

Veiga, L. S., & Farias, J. S. (24 de maio de 2005). Avaliação da qualidade dos serviços em uma pousada com aplicação da escala servqual. *Turismo Visao e Ação*, VII(2), pp. 257-272.

Vieira, A. C. (03 de setembro de 2016). *A importância do comportamento do consumidor e a segurança dos alimentos*. Acesso em 03 de novembro de 2016, disponível em Ambito Jurídico: http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=3102

Vieira, S. (1999). *Principios de Estatística* (1 ed.). São Paulo: Pioneira.

Violin, F. (17 de agosto de 2001). *Pecados no atendimento ao Cliente*. Acesso em 2016 de outubro de 31, disponível em Música e mercado: Quando o cliente é prioridade: <http://musicaemercado.org/quando-o-cliente-a-prioridade-3/>

WHO - World Health Organization. (2011). *Relatório mundial sobre a deficiência - Ambientes facilitadores*. Acesso em 22 de outubro de 2016, disponível em whqlibdoc.who.int/publications/2011/9788564047020_por.pdf

World Health Organization. (12 de outubro de 2014). Acesso em 22 de agosto de 2016, disponível em www.who.int/gho/urban_health/en

Zamberlan, L. e. (2009). *Do churrasco à partilha: um estudo sobre a influência da cultura nos rituais alimentares de brasileiros e argentinos*. Rio de Janeiro: ANPAD.

Zeithaml, V. A. (1987). *Defining and relating price, perceived quality, and value*. Cambridge M. A.: Marketing Science Institute.

Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (abril de 1998). Communication and control process in the delivery of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31-46.

Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering Quality Service*. New York: Free Press.

APÊNDICES:

Apêndice 1: Exemplo Questionário Aplicado

Inquérito sobre Qualidade Percebida pelos Clientes

Este inquérito faz parte de uma investigação académica para a obtenção do grau de Mestre em Qualidade e Segurança Alimentar em Estoril, Portugal. Tem como objetivo determinar as variáveis que influenciam A Percepção da Qualidade dos Clientes nos Restaurantes de Sorriso e Sinop/MT.

Este inquérito é anónimo e seu tempo de preenchimento é de 5 minutos.

Muito obrigada!

Data: __/__/__.

1. Com que frequência (ao mês) faz sua refeição em restaurantes?

☐ Uma vez ☐ 2 a 3 ☐ 4 a 7 ☐ 8 a 7 ☐ Mais de 10

2. Com quem costuma a frequentá-lo?

☐ Familiares ☐ amigos ☐ Sozinho ☐ Colegas de trabalho

3. Estado Civil: União Estável ☐ Solteiro ☐ Casado ☐ Viúvo(a) ☐

4. Seu rendimento Mensal:

☐ 1 a 4 salários mínimo
☐ 5 a 9 salários mínimos
☐ Acima de 10 salários mínimos
☐ Sem rendimento próprio

5. Sexo : ☐ Masculino ☐ Feminino

6. Idade: _____ anos.

7. Nível de habilitação:

☐ Ensino Básico ☐ Superior
☐ Ensino Médio
Profissão

8. Qual sua cidade de residência?

☐ Sorriso ☐ Sinop ☐ Região ☐ Outro Estado do Brasil

9. Por qual(s) razão(s) opta fazer sua refeição em Restaurantes?

☐ Praticidade ☐ Experiência Gastronômica ☐ Desinteresse em cozinhar ☐ Custo/Benefício ☐ Entretenimento

10. Em termos gastronômicos o que mais valoriza?

(Expectativas)

	Extremamente Importante 1	Muito Importante 2	Importante 3	Pouco Importante 4	Nada Importante 5
10.1 Sabor:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.2 Inovação e Aparência:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.3 Origem do produto (insumo):	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.4 Cozinha tradicional:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11. Na escolha do Restaurante o que valoriza:

11.1 Localização:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.2 Ambiente:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.3 Variedade de cardápio:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.4 Atendimento:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.5 Preço:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12. Para você Segurança Alimentar é:

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

13. Por tratar-se de uma localidade de clima quente você já se questionou a respeito da temperatura correta da manipulação de alimentos?

☐ Não ☐ Sim

14. Caso tenha questionado, qual sua opinião a respeito:

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

15. Você tem como preocupação nos seguintes aspectos:

	Extremamente Preocupante 1	Muito Preocupante 2	Preocupante 3	Pouco Preocupante 4	Nada Preocupante 5
15.1 Intoxicação Alimentar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.2 Alergias	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.3 Sal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.4 Valores Nutricionais					

16. Na sua visão, qual a importância na manipulação (práticas de manuseio e preparo dos alimentos, de forma a garantir segurança e integridade dos alimentos) dos cozinheiros?

☐ Extremamente Importante
 ☐ Muito Importante
 ☐ Importante
 ☐ Pouco Importante
 ☐ Nada Importante

17. Avalie o grau de satisfação com: (Satisfação)

	Nada Satisfeito 1	Pouco Satisfeito 2	Satisfeito 3	Muito Satisfeito 4	Encantado (a) 5
17.1 Especialidade Gastronômica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.2 Variedade de Preço	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.3 Quanto a variedade oferecida (pratos)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.4 Bebidas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.5 Estacionamento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.6 Atendimento (Simpatia/Disponibilidade)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.7 Atendimento (Tempo/Agilidade)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.8 Atendimento (capacidade de informar)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.9 Sabor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.10 Ambiente (Decoração/Climatização/Barulho)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.11 Qualidade dos Ingredientes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.12 Instalações Sanitárias	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.13 Higiene do Local	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.14 Apresentação dos funcionários(higiene/aparência)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

18. Como classifica sua experiência no restaurante:

- ☐ Não recomendo
- ☐ Abaixo de minhas expectativas
- ☐ Dentro de minhas expectativas
- ☐ Excedeu minhas expectativas (Recomendo)

19. Tencionaria voltar ao restaurante?

- ☐ Sim
- ☐ Sim, várias vezes
- ☐ Não

20. Qual sua opinião com relação a Variedade e Inovação no setor gastronômico da cidade?

- ☐ Ruim
- ☐ Médio
- ☐ Bom
- ☐ Muito Bom
- ☐ Excelente

21. Existe pontos a referenciar? (Sugestões/ Complementos)

Sim:

Testes de Associações e Diferenças SPSS® IBM®

O rendimento mensal está associado com a valorização do cardápio na escolha do restaurante?

Resumo do processamento de caso

	Casos					
	Válido		Ausente		Total	
	N	Porcentagem	N	Porcentagem	N	Porcentagem
Valorização na Escolha do Restaurante em termos da variedade do cardápio * Rendimentos	300	100,0%	0	0,0%	300	100,0%

Apêndice 2: Resultado Estatístico Associação do Rendimento mensal e a Valorização do Cardápio

Testes de qui-quadrado

	Valor	Df	Sig. Assint. (2 lados)
Qui-quadrado de Pearson	8,125 ^a	12	,775
Razão de verossimilhança	8,632	12	,734
Associação Linear por Linear	,678	1	,410
N de Casos Válidos	300		

- a. 11 células (55,0%) esperam contagem menor do que 5. A contagem mínima esperada é ,04.

Não há uma associação significativa entre Rendimento mensal dos participantes e a valorização escolha em variedade do cardápio sendo que $\chi^2(1) = 8,125$ e $p = ,775$ (Sig.), pois sendo o valor $>,05$ retem-se a hipótese nula H_0 de associação. Enquanto 126 (42%) recebem de 5 a 9 salários mínimo, 108 (36%) acima de 10 salários mínimo, 62 (20,67%) 1 a 4 salários mínimo e 4 (1,3%) não possuem rendimento, seguinte os 300 participantes, com relação a valorização do cardápio, 177 (59%) consideram extremamente importante, 65 (22%) muito importante, 51 (17%) importante, 4 (1,3%) pouco importante e 3 (1%) nada importante.

A segurança alimentar está associada com a importância na manipulação dos cozinheiros com relação a temperatura?

	Resumo do processamento de caso					
	Casos					
	Válido		Ausente		Total	
	N	Porcentage m	N	Porcentage m	N	Porcentage m
Segurança Alimentar * Questão sobre Correta manipulação dos alimentos	300	100,0%	0	0,0%	300	100,0%

Apêndice 3: Resultado estatístico Segurança Alimentar e Manipulação correta dos cozinheiros com relação a temperatura

Testes de qui-quadrado			
	Valor	Df	Sig. Assint. (2 lados)
Qui-quadrado de Pearson	11,872 ^a	4	,018
Razão de verossimilhança	14,311	4	,006
Associação Linear por Linear	,008	1	,929
N de Casos Válidos	300		

a. 5 células (50,0%) esperam contagem menor do que 5. A contagem mínima esperada é 2,62.

Não há uma associação significativa entre a Segurança alimentar e a manipulação correta dos alimentos com relação a temperatura, sendo que $\chi^2(1) = 11,872$ e $p = ,018$ (Sig.), pois sendo o valor $>,05$ retem-se a hipótese nula H_0 de associação. Com relação a importância da segurança alimentar para os consumidores das cidades de Sorriso e Sinop, 216 (72%) a julgam extremamente importante, 63 (21%) muito importante, 6 (2%) importante, 6 (2%) pouco importante e 9 (3%) nada importante dos 300 participantes, 169 (56,4%) já se perguntaram com relação a manipulação correta dos alimentos na questão do controle da temperatura e 131 (43,7%) não se preocupam.

A classificação da experiência no Restaurante está relacionada com a intenção de voltar?

Resumo do processamento de caso

	Casos					
	Válido		Ausente		Total	
	N	Porcentagem	N	Porcentagem	N	Porcentagem
Classificação da Experiência no Restaurante * Intenção de regressar novamente ao Restaurante	300	100,0%	0	0,0%	300	100,0%

Apêndice 4: Resultado estatístico Classificação do restaurante e Intenção de voltar

Classificação da Experiência no Restaurante * Intenção de regressar novamente ao Restaurante Tabulação cruzada

			Intenção de regressar novamente ao Restaurante			Total
			Não	Sim	Várias Vezes	
Classificação da Experiência no Restaurante	Abaixo de minhas expectativas	Contagem	27	7	13	47
		% dentro de Classificação da Experiência no Restaurante	57,4%	14,9%	27,7%	100,0%
		% dentro de Intenção de regressar novamente ao Restaurante	25,5%	3,9%	81,3%	15,7%
	Dentro de minhas expectativas	Contagem	61	81	2	144
		% dentro de Classificação da Experiência no Restaurante	42,4%	56,3%	1,4%	100,0%
		% dentro de Intenção de regressar novamente ao Restaurante	57,5%	45,5%	12,5%	48,0%
	Recomendo	Contagem	18	90	1	109
		% dentro de Classificação da Experiência no Restaurante	16,5%	82,6%	0,9%	100,0%
		% dentro de Intenção de regressar novamente ao Restaurante	17,0%	50,6%	6,3%	36,3%
	Total	Contagem	106	178	16	300
		% dentro de Classificação da Experiência no Restaurante	35,3%	59,3%	5,3%	100,0%
		% dentro de Intenção de regressar novamente ao Restaurante	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Testes de qui-quadrado

	Valor	Df	Sig. Assint. (2 lados)
Qui-quadrado de Pearson	97,349 ^a	4	,000
Razão de verossimilhança	86,374	4	,000
Associação Linear por Linear	5,349	1	,021
N de Casos Válidos	300		

a. 1 células (11,1%) esperam contagem menor do que 5. A contagem mínima esperada é 2,51.

Há uma associação significativa entre a classificação da experiência no restaurante e a intenção de voltar, $\chi^2(1) = 97,349$ e $p = ,000$. Enquanto experiência 36,4% recomendam o restaurante, 48% classificam a experiência como dentro das suas expectativas 15,7% como abaixo de suas expectativas, 5,3% pensam em voltar várias vezes ao restaurante, 59,4% têm a intenção de voltar e 35,3% não pretendem voltar.

Diferença entre a valorização (expectativa) do cardápio e a variedade oferecida?

Classificações

		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Grau de Satisfação quanto à variedade da oferta - Valorização na Escolha do Restaurante em termos da variedade do cardápio	Negative Ranks	215 ^a	123,55	26563,00
	Positive Ranks	26 ^b	99,92	2598,00
	Ties	59 ^c		
	Total	300		

a. Grau de Satisfação quanto à variedade da oferta < Valorização na Escolha do Restaurante em termos da variedade do cardápio

b. Grau de Satisfação quanto à variedade da oferta > Valorização na Escolha do Restaurante em termos da variedade do cardápio

b. Grau de Satisfação quanto à variedade da oferta = Valorização na Escolha do Restaurante em termos da variedade do cardápio

Test Statistics^a

	Grau de Satisfação quanto à variedade da oferta - Valorização na Escolha do Restaurante em termos da variedade do cardápio
Z	-11,370 ^b
Sig. Assint. (2 caudas)	,000

a. Wilcoxon Signed Ranks Test

b. Com base em postos positivos.

Há diferenças significativas entre o grau da valorização da variedade de cardápio e a variedade oferecida, $Z = -11,370$, $p =$ nível inferior a 1. O grau de satisfação é menor que a valorização do cardápio.

Diferença o grau entre a a valorização (expectativa) do sabor com o grau da satisfação do sabor?

Classificações

	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Grau de Satisfação Sabor - Valorização em termos gastronômicos	Negative Ranks 204 ^a	116,62	23791,00
	Positive Ranks 20 ^b	70,45	1409,00
	Ties 76 ^c		
	Total 300		

a. Grau de Satisfação < Valorização em termos gastronômicos

b. Grau de Satisfação > Valorização em termos gastronômicos

c. Grau de Satisfação = Valorização em termos gastronômicos

Apêndice 6: Resultado estatístico Valorização do Sabor e Grau de Satisfação

Há diferenças significativas entre o grau da valorização do sabor e o grau de satisfação em relação ao sabor, $Z = -11,861$, $p =$ nível inferior a 1. O grau de satisfação menor é que a valorização do sabor na escolha de um restaurante.

Há diferenças em relação ao grau de valorização e satisfação entre Sabor, variedade do cardápio e preço?

Classificações

	Mean Rank
Valorização na Escolha do Restaurante em termos da variedade do cardápio	4,40
Valorização em termos gastronômicos	4,76
Valorização na Escolha do Restaurante	3,82
Grau de Satisfação quanto à variedade de preços	2,52
Grau de Satisfação Sabor	3,00
Grau de Satisfação quanto à variedade da oferta	2,50

Apêndice 7: Resultado estatístico entre o Grau de valorização (expectativa) e o Grau de Satisfação Sabor - Preço - Variedade

Cardápio

Test Statistics^a

N	300
<i>Qui-quadrado</i>	520,111
<i>Df</i>	5
<i>Significância Assintótica</i>	,000

a. Friedman Test

Diferenças estatisticamente significativas

Para responder a esta questão teremos que efetuar testes subsequentes que nos permitam contrastar todas as condições duas a duas, utilizando as *Pairwise Comparisons de Bonferroni* (Estes testes, realizados no âmbito da análise de variância, permitem comparar os momentos temporais dois a dois, identificando entre quais destes existem diferenças significativas), no entanto e porque estamos no âmbito dos testes não – paramétricos o *Teste de Wilcoxon*: *2 momentos temporais e intra-sujeitos

- Grau de valorização com relação Sabor *versus* satisfação do Sabor
- Grau de valorização com relação Cardápio *versus* satisfação Cardápio
- Grau de valorização com relação Preço *versus* satisfação Preço

Assim, os resultados provenientes dos 6 *Testes de Wilcoxon* que serão levados a cabo apenas serão significativos se a probabilidade a eles associada for inferior a $p = ,008$ (porque dividimos o número convencional de $p = ,001$ por 3 contrastes).

Classificações

		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Grau de Satisfação Sabor - Valorização em termos gastronômicos	<i>Negative Ranks</i>	204 ^a	116,62	23791,00
	<i>Positive Ranks</i>	20 ^b	70,45	1409,00
	<i>Ties</i>	76 ^c		
	<i>Total</i>	300		
Grau de Satisfação quanto à variedade da oferta - Valorização na Escolha do Restaurante em termos da variedade do cardápio	<i>Negative Ranks</i>	215 ^d	123,55	26563,00
	<i>Positive Ranks</i>	26 ^e	99,92	2598,00
	<i>Ties</i>	59 ^f		
	<i>Total</i>	300		
Grau de Satisfação quanto à variedade de preços - Valorização na Escolha do Restaurante	<i>Negative Ranks</i>	155 ^g	97,26	15075,00
	<i>Positive Ranks</i>	33 ^h	81,55	2691,00
	<i>Ties</i>	112 ⁱ		
	<i>Total</i>	300		

a. Grau de Satisfação Sabor < Valorização em termos gastronômicos

b. Grau de Satisfação Sabor > Valorização em termos gastronômicos

c. Grau de Satisfação Sabor = Valorização em termos gastronômicos

d. Grau de Satisfação quanto à variedade da oferta < Valorização na Escolha do Restaurante em termos da variedade do cardápio

e. Grau de Satisfação quanto à variedade da oferta > Valorização na Escolha do Restaurante em termos da variedade do cardápio

f. Grau de Satisfação quanto à variedade da oferta = Valorização na Escolha do Restaurante em termos da variedade do cardápio

g. Grau de Satisfação quanto à variedade de preços < Valorização na Escolha do Restaurante

h. Grau de Satisfação quanto à variedade de preços > Valorização na Escolha do Restaurante

i. Grau de Satisfação quanto à variedade de preços = Valorização na Escolha do Restaurante

Test Statistics^a

	Grau de Satisfação Sabor - Valorização em termos gastronômicos	Grau de Satisfação quanto à variedade da oferta - Valorização na Escolha do Restaurante em termos da variedade do cardápio	Grau de Satisfação quanto à variedade de preços - Valorização na Escolha do Restaurante
Z	-11,861 ^b	-11,370 ^b	-8,454 ^b
Sig. Assint. (2 caudas)	,000	,000	,000

a. Wilcoxon Signed Ranks Test

b. Com base em postos positivos.

Os testes de *Wilcoxon* com Correção de *Bonferroni* evidenciaram que entre grau de valorização do Sabor é maior que o grau satisfação $Z = -11,861$, $p < ,001$, a valorização da variedade cardápio é maior que o grau de satisfação, $Z = -11,370$, $p < ,001$ e a valorização Preço é maior satisfação Variedade Preço oferecida, $Z = -8,454$, $p < ,001$.

H6: Há diferença o grau de importância da segurança alimentar e o grau de preocupação com relação a intoxicação alimentar?

Classificações

		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Preocupação nos seguintes Aspectos	Negative Ranks	62 ^a	62,55	3878,00
Intoxicação Alimentar -	Positive Ranks	64 ^b	64,42	4123,00
Segurança Alimentar	Ties	174 ^c		
	Total	300		

a. Preocupação nos seguintes Aspectos Intoxicação Alimentar < Segurança Alimentar

b. Preocupação nos seguintes Aspectos Intoxicação Alimentar > Segurança Alimentar

c. Preocupação nos seguintes Aspectos Intoxicação Alimentar = Segurança Alimentar

Test Statistics^a

	Preocupação nos seguintes Aspectos Intoxicação Alimentar - Segurança Alimentar
<i>Z</i> <i>Sig. Assint. (2</i> <i>caudas)</i>	-,313 ^b ,754

a. *Wilcoxon Signed Ranks Test*

b. Com base em postos negativos.

Não há diferença entre o grau de importância da segurança alimentar com o grau de preocupação com a intoxicação alimentar, $Z = -,313$, $p = ,754$.

ANEXO : Lista de verificação

NÚMERO: /ANO			
A - IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA			
1-RAZÃO SOCIAL:			
2-NOME DE FANTASIA:			
3-ALVARÁ/LICENÇA SANITÁRIA:		4-INSCRIÇÃO ESTADUAL / MUNICIPAL:	
5-CNPJ / CPF:		6-FONE:	7-FAX:
8-E - mail:			
9-ENDEREÇO (Rua/Av.):		10-Nº:	11-Compl.:
12-BAIRRO:		13-MUNICÍPIO:	14-UF: 15-CEP:
16-RAMO DE ATIVIDADE:		17-PRODUÇÃO MENSAL:	
18-NÚMERO DE FUNCIONÁRIOS:		19-NÚMERO DE TURNOS:	
20-CATEGORIA DE PRODUTOS:			
Descrição da Categoria:			
Descrição da Categoria:			
Descrição da Categoria:			
Descrição da Categoria:			
Descrição da Categoria:			
21-RESPONSÁVEL TÉCNICO:		22-FORMAÇÃO ACADÊMICA:	
23-RESPONSÁVEL LEGAL/PROPRIETÁRIO DO ESTABELECIMENTO:			
24-MOTIVO DA INSPEÇÃO: () SOLICITAÇÃO DE LICENÇA SANITÁRIA () COMUNICAÇÃO DO INÍCIO DE FABRICAÇÃO DE PRODUTO DISPENSADO DA OBRIGATORIEDADE DE REGISTRO () SOLICITAÇÃO DE REGISTRO () PROGRAMAS ESPECÍFICOS DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA () VERIFICAÇÃO OU APURAÇÃO DE DENÚNCIA () INSPEÇÃO PROGRAMADA () REINSPEÇÃO () RENOVAÇÃO DE LICENÇA SANITÁRIA () RENOVAÇÃO DE REGISTRO () OUTROS			
B - AVALIAÇÃO	SIM	NÃO	NA(*)
1. EDIFICAÇÃO E INSTALAÇÕES			
1.1 ÁREA EXTERNA:			
1.1.1 Área externa livre de focos de insalubridade, de objetos em desuso ou estranhos ao ambiente, de vetores e outros animais no pátio e vizinhança; de focos de poeira; de acúmulo de lixo nas imediações, de água estagnada, dentre outros.			

1.1.2 Vias de acesso interno com superfície dura ou pavimentada, adequada ao trânsito sobre rodas, escoamento adequado e limpas			
1.2 ACESSO:			
1.2.1 Direto, não comum a outros usos (habitação).			
1.3 ÁREA INTERNA:			
1.3.1 Área interna livre de objetos em desuso ou estranhos ao ambiente.			
1.4 PISO:			
1.4.1 Material que permite fácil e apropriada higienização (liso, resistente, drenados com declive, impermeável e outros).			
1.4.2 Em adequado estado de conservação (livre de defeitos, rachaduras, trincas, buracos e outros).			
1.4.3 Sistema de drenagem dimensionado adequadamente, sem acúmulo de resíduos. Drenos, ralos sifonados e grelhas colocados em locais adequados de forma a facilitar o escoamento e proteger contra a entrada de baratas, roedores etc.			
B - AVALIAÇÃO	.SIM	.NÃO	.NA(*)
1.5 TETOS:	.	.	.
1.5.1 Acabamento liso, em cor clara, impermeável, de fácil limpeza e, quando for o caso, desinfecção.	.	.	.
1.5.2 Em adequado estado de conservação (livre de trincas, rachaduras, umidade, bolor, descascamentos e outros).	.	.	.
1.6 PAREDES E DIVISÓRIAS:			
1.6.1 Acabamento liso, impermeável e de fácil higienização até uma altura adequada para todas as operações. De cor clara.	.	.	.
1.6.2 Em adequado estado de conservação (livres de falhas, rachaduras, umidade, descascamento e outros).	.	.	.
1.6.3 Existência de ângulos abaulados entre as paredes e o piso e entre as paredes e o teto.	.	.	.
1.7 PORTAS:			

1.7.1 Com superfície lisa, de fácil higienização, ajustadas aos batentes, sem falhas de revestimento.		.	.
1.7.2 Portas externas com fechamento automático (mola, sistema eletrônico ou outro) e com barreiras adequadas para impedir entrada de vetores e outros animais (telas milimétricas ou outro sistema).		.	.
1.7.3 Em adequado estado de conservação (livres de falhas, rachaduras, umidade, descascamento e outros).		.	.
1.8 JANELAS E OUTRAS ABERTURAS:			
1.8.1 Com superfície lisa, de fácil higienização, ajustadas aos batentes, sem falhas de revestimento.		.	.
1.8.2 Existência de proteção contra insetos e roedores (telas milimétricas ou outro sistema).		.	.
1.8.3 Em adequado estado de conservação (livres de falhas, rachaduras, umidade, descascamento e outros).		.	.
1.9 ESCADAS, ELEVADORES DE SERVIÇO, MONTACARGAS E ESTRUTURAS AUXILIARES			
1.9.1 Construídos, localizados e utilizados de forma a não serem fontes de contaminação.		.	.
1.9.2 De material apropriado, resistente, liso e impermeável, em adequado estado de conservação.		.	.
1.10 INSTALAÇÕES SANITÁRIAS E VESTIÁRIOS PARA OS MANIPULADORES:			
1.10.1 Quando localizados isolados da área de produção, acesso realizado por passagens cobertas e calçadas.		.	.
1.10.2 Independentes para cada sexo (conforme legislação específica), identificados e de uso exclusivo para manipuladores de alimentos.		.	.
1.10.3 Instalações sanitárias com vasos sanitários; mictórios e lavatórios íntegros e em proporção adequada ao número de empregados (conforme legislação específica).		.	.
1.10.4 Instalações sanitárias servidas de água corrente, dotadas preferencialmente de torneira com acionamento automático e conectadas à rede de esgoto ou fossa séptica.		.	.

1.10.5 Ausência de comunicação direta (incluindo sistema de exaustão) com a área de trabalho e de refeições.	.	.	.
1.10.6 Portas com fechamento automático (mola, sistema eletrônico ou outro).	.	.	.
1.10.7 Pisos e paredes adequadas e apresentando satisfatório estado de conservação.	.	.	.
1.10.8 Iluminação e ventilação adequadas.	.	.	.
1.10.9 Instalações sanitárias dotadas de produtos destinados à higiene pessoal: papel higiênico, sabonete líquido inodoro anti-séptico ou sabonete líquido inodoro e anti-séptico, toalhas de papel não reciclado para as mãos ou outro sistema higiênico e seguro para secagem.	.	.	.
1.10.10 Presença de lixeiras com tampas e com acionamento não manual.	.	.	.
1.10.11 Coleta freqüente do lixo.	.	.	.
1.10.12 Presença de avisos com os procedimentos para lavagem das mãos.	.	.	.
1.10.13 Vestiários com área compatível e armários individuais para todos os manipuladores.	.	.	.
1.10.14 Duchas ou chuveiros em número suficiente (conforme legislação específica), com água fria ou com água quente e fria.	.	.	.
1.10.15 Apresentam-se organizados e em adequado estado de conservação.	.	.	.
1.11 INSTALAÇÕES SANITÁRIAS PARA VISITANTES E OUTROS: . . .			
1.11.1 Instaladas totalmente independentes da área de produção e higienizados.	.	.	.
1.12 LAVATÓRIOS NA ÁREA DE PRODUÇÃO: . . .			
1.12.1 Existência de lavatórios na área de manipulação com água corrente, dotados preferencialmente de torneira com acionamento automático, em posições adequadas em relação ao fluxo de produção e serviço, e em número suficiente de modo a atender toda a área de produção	.	.	.
1.12.2 Lavatórios em condições de higiene, dotados de sabonete líquido inodoro anti-séptico ou sabonete líquido inodoro e anti-séptico, toalhas de papel não reciclado ou outro sistema higiênico e seguro de secagem e coletor de papel acionados sem contato manual.	.	.	.
B - AVALIAÇÃO	SIM	NÃO	.NA(*)

1.13 ILUMINAÇÃO E INSTALAÇÃO ELÉTRICA: . . .				
1.13.1 Natural ou artificial adequada à atividade desenvolvida, sem ofuscamento, reflexos fortes, sombras e contrastes excessivos.		.		.
1.13.2 Luminárias com proteção adequada contra quebras e em adequado estado de conservação.		.		.
1.13.3 Instalações elétricas embutidas ou quando exteriores revestidas por tubulações isolantes e presas a paredes e tetos.		.		.
1.14 VENTILAÇÃO E CLIMATIZAÇÃO:				
1.14.1 Ventilação e circulação de ar capazes de garantir o conforto térmico e o ambiente livre de fungos, gases, fumaça, pós, partículas em suspensão e condensação de vapores sem causar danos à produção.		.		.
1.14.2 Ventilação artificial por meio de equipamento(s) higienizado(s) e com manutenção adequada ao tipo de equipamento.		.		.
1.14.3 Ambientes climatizados artificialmente com filtros adequados.		.		.
1.14.4 Existência de registro periódico dos procedimentos de limpeza e manutenção dos componentes do sistema de climatização (conforme legislação específica) afixado em local visível.		.		.
1.14.5 Sistema de exaustão e ou insuflamento com troca de ar capaz de prevenir contaminações.		.		.
1.14.6 Sistema de exaustão e ou insuflamento dotados de filtros adequados.		.		.
1.14.7 Captação e direção da corrente de ar não seguem a direção da área contaminada para área limpa.		.		.
1.15 HIGIENIZAÇÃO DAS INSTALAÇÕES:				
1.15.1 Existência de um responsável pela operação de higienização comprovadamente capacitado.		.		.
1.15.2 Frequência de higienização das instalações adequada.		.		.
1.15.3 Existência de registro da higienização.		.		.
1.15.4 Produtos de higienização regularizados pelo Ministério da Saúde.		.		.
1.15.5 Disponibilidade dos produtos de higienização necessários à realização da		.		.

potável.			
1.17.8 Existência de planilha de registro da troca periódica do elemento filtrante.		.	.
1.17.9 Potabilidade da água atestada por meio de laudos laboratoriais, com adequada periodicidade, assinados por técnico responsável pela análise ou expedidos por empresa terceirizada.		.	.
1.17.10 Disponibilidade de reagentes e equipamentos necessários à análise da potabilidade de água realizadas no estabelecimento.		.	.
1.17.11 Controle de potabilidade realizado por técnico comprovadamente capacitado.		.	.
1.17.12 Gelo produzido com água potável, fabricado, manipulado e estocado sob condições sanitárias satisfatórias, quando destinado a entrar em contato com alimento ou superfície que entre em contato com alimento.		.	.
1.17.13 Vapor gerado a partir de água potável, quando utilizado em contato com o alimento ou superfície que entre em contato com o alimento.		.	.
B - AVALIAÇÃO	SIM	NÃO	NA(*)
1.18 MANEJO DOS RESÍDUOS:. . .			
1.18.1 Recipientes para coleta de resíduos no interior do estabelecimento de fácil higienização e transporte, devidamente identificados e higienizados constantemente; uso de sacos de lixo apropriados. Quando necessário, recipientes tampados com acionamento não manual.		.	.
1.18.2 Retirada freqüente dos resíduos da área de processamento, evitando focos de contaminação.		.	.
1.18.3 Existência de área adequada para estocagem dos resíduos.		.	.
1.19 ESGOTAMENTO SANITÁRIO:			
1.19.1 Fossas, esgoto conectado à rede pública, caixas de gordura em adequado estado de conservação e funcionamento.		.	.
1.20 LEIAUTE:			
1.20.1 Leiaute adequado ao processo produtivo: número, capacidade e distribuição das dependências de acordo com o ramo de atividade, volume de produção e expedição.		.	.
1.20.2 Áreas para recepção e depósito de matéria-prima, ingredientes e embalagens		.	.

distintas das áreas de produção, armazenamento e expedição de produto final.				
OBSERVAÇÕES . . .				
B - AVALIAÇÃO		SIM	NÃO	NA(*)
2. EQUIPAMENTOS, MÓVEIS E UTENSÍLIOS . . .				
2.1 EQUIPAMENTOS: . . .				
2.1.1 Equipamentos da linha de produção com desenho e número adequado ao ramo.			.	.
2.1.2 Dispostos de forma a permitir fácil acesso e higienização adequada.			.	.
2.1.3 Superfícies em contato com alimentos lisas, íntegras, impermeáveis, resistentes à corrosão, de fácil higienização e de material não contaminante.			.	.
2.1.4 Em adequado estado de conservação e funcionamento.			.	.
2.1.5 Equipamentos de conservação dos alimentos (refrigeradores, congeladores, câmaras frigoríficas e outros), bem como os destinados ao processamento térmico, com medidor de temperatura localizado em local apropriado e em adequado funcionamento.			.	.
2.1.6 Existência de planilhas de registro da temperatura, conservadas durante período adequado.			.	.
2.1.7 Existência de registros que comprovem que os equipamentos e maquinários passam por manutenção preventiva.			.	.
2.1.8 Existência de registros que comprovem a calibração dos instrumentos e equipamentos de medição ou comprovante da execução do serviço quando a calibração for realizada por empresas terceirizadas.			.	.
2.2 MÓVEIS: (mesas, bancadas, vitrines, estantes)				
2.2.1 Em número suficiente, de material apropriado, resistentes, impermeáveis; em adequado estado de conservação, com superfícies íntegras.			.	.
2.2.2 Com desenho que permita uma fácil higienização (lisos, sem rugosidades e frestas).			.	.
2.3 UTENSÍLIOS:				
2.3.1 Material não contaminante, resistentes à corrosão, de tamanho e forma que permitam fácil higienização: em adequado estado de conservação e em número suficiente e			.	.

apropriado ao tipo de operação utilizada.				
2.3.2 Armazenados em local apropriado, de forma organizada e protegidos contra a contaminação.			.	.
2.4 HIGIENIZAÇÃO DOS EQUIPAMENTOS E MAQUINÁRIOS, E DOS MÓVEIS E UTENSÍLIOS:				
2.4.1 Existência de um responsável pela operação de higienização comprovadamente capacitado.			.	.
2.4.2 Frequência de higienização adequada.		.	.	.
2.4.3 Existência de registro da higienização.		.	.	.
2.4.4 Produtos de higienização regularizados pelo Ministério da Saúde.			.	.
2.4.5 Disponibilidade dos produtos de higienização necessários à realização da operação.			.	.
2.4.6 Diluição dos produtos de higienização, tempo de contato e modo de uso/aplicação obedecem às instruções recomendadas pelo fabricante.			.	.
2.4.7 Produtos de higienização identificados e guardados em local adequado.			.	.
2.4.8 Disponibilidade e adequação dos utensílios necessários à realização da operação. Em bom estado de conservação.			.	.
2.4.9 Adequada higienização.		.	.	.
OBSERVAÇÕES .				
.				
B - AVALIAÇÃO		SIM	NÃO	NA(*)
3. MANIPULADORES . . .				
3.1 VESTUÁRIO: . . .				
3.1.1 Utilização de uniforme de trabalho de cor clara, adequado à atividade e exclusivo para área de produção.			.	.
3.1.2 Limpos e em adequado estado de conservação.			.	.
3.1.3 Asseio pessoal: boa apresentação, asseio corporal, mãos limpas, unhas curtas, sem esmalte, sem adornos (anéis, pulseiras, brincos, etc.); manipuladores barbeados, com os cabelos protegidos.			.	.
3.2 HÁBITOS HIGIÊNICOS:				
3.2.1 Lavagem cuidadosa das mãos antes da			.	.

manipulação de alimentos, principalmente após qualquer interrupção e depois do uso de sanitários.			
3.2.2 Manipuladores não espirram sobre os alimentos, não cospem, não tosse, não fumam, não manipulam dinheiro ou não praticam outros atos que possam contaminar o alimento.		.	.
3.2.3 Cartazes de orientação aos manipuladores sobre a correta lavagem das mãos e demais hábitos de higiene, afixados em locais apropriados.		.	.
3.3 ESTADO DE SAÚDE:			
3.3.1 Ausência de afecções cutâneas, feridas e supurações; ausência de sintomas e infecções respiratórias, gastrointestinais e oculares.		.	.
3.4 PROGRAMA DE CONTROLE DE SAÚDE:			
3.4.1 Existência de supervisão periódica do estado de saúde dos manipuladores.		.	.
3.4.2 Existência de registro dos exames realizados.		.	.
3.5 EQUIPAMENTO DE PROTEÇÃO INDIVIDUAL:			
3.5.1 Utilização de Equipamento de Proteção Individual.		.	.
3.6 PROGRAMA DE CAPACITAÇÃO DOS MANIPULADORES E SUPERVISÃO:			
3.6.1 Existência de programa de capacitação adequado e contínuo relacionado à higiene pessoal e à manipulação dos alimentos.		.	.
3.6.2 Existência de registros dessas capacitações.		.	.
3.6.3 Existência de supervisão da higiene pessoal e manipulação dos alimentos.		.	.
3.6.4 Existência de supervisor comprovadamente capacitado.		.	.
OBSERVAÇÕES	.	.	.
B - AVALIAÇÃO	SIM	NÃO	NA(*)
4. PRODUÇÃO E TRANSPORTE DO ALIMENTO			
4.1 MATÉRIA-PRIMA, INGREDIENTES E EMBALAGENS: . . .			
4.1.1 Operações de recepção da matéria-prima, ingredientes e embalagens são realizadas em local protegido e isolado da área de processamento.		.	.

4.1.2	Matérias - primas, ingredientes e embalagens inspecionados na recepção.	.	.	.
4.1.3	Existência de planilhas de controle na recepção (temperatura e características sensoriais, condições de transporte e outros).	.	.	.
4.1.4	Matérias-primas e ingredientes aguardando liberação e aqueles aprovados estão devidamente identificados.	.	.	.
4.1.5	Matérias-primas, ingredientes e embalagens reprovados no controle efetuado na recepção são devolvidos imediatamente ou identificados e armazenados em local separado.	.	.	.
4.1.6	Rótulos da matéria-prima e ingredientes atendem à legislação.	.	.	.
4.1.7	Critérios estabelecidos para a seleção das matérias-primas são baseados na segurança do alimento.	.	.	.
4.1.8	Armazenamento em local adequado e organizado; sobre estrados distantes do piso, ou sobre paletes, bem conservados e limpos, ou sobre outro sistema aprovado, afastados das paredes e distantes do teto de forma que permita apropriada higienização, iluminação e circulação de ar.	.	.	.
4.1.9	Uso das matérias-primas, ingredientes e embalagens respeita a ordem de entrada dos mesmos, sendo observado o prazo de validade.	.	.	.
4.1.10	Acondicionamento adequado das embalagens a serem utilizadas.	.	.	.
4.1.11	Rede de frio adequada ao volume e aos diferentes tipos de matérias-primas e ingredientes.	.	.	.
4.2	FLUXO DE PRODUÇÃO:			
4.2.1	Locais para pré - preparo ("área suja"). isolados da área de preparo por barreira física ou técnica.	.	.	.
4.2.2	Controle da circulação e acesso do pessoal.	.	.	.
4.2.3	Conservação adequada de materiais destinados ao reprocessamento.	.	.	.
4.2.4	Ordenado, linear e sem cruzamento.	.	.	.
B - AVALIAÇÃO		SIM	NÃO	NA(*)
4.3 ROTULAGEM E ARMAZENAMENTO DO PRODUTO-FINAL:				
4.3.1	Dizeres de rotulagem com identificação visível e de acordo com a legislação vigente.	.	.	.
4.3.2	Produto final acondicionado em.	.	.	.

embalagens adequadas e íntegras.			
4.3.3 Alimentos armazenados separados por tipo ou grupo, sobre estrados distantes do piso, ou sobre paletes, bem conservados e limpos ou sobre outro sistema aprovado, afastados das paredes e distantes do teto de forma a permitir apropriada higienização, iluminação e circulação de ar.		.	.
4.3.4 Ausência de material estranho, estragado ou tóxico.		.	.
4.3.5 Armazenamento em local limpo e conservado		.	.
4.3.6 Controle adequado e existência de planilha de registro de temperatura, para ambientes com controle térmico.		.	.
4.3.7 Rede de frio adequada ao volume e aos diferentes tipos de alimentos.		.	.
4.3.8 Produtos avariados, com prazo de validade vencido, devolvidos ou recolhidos do mercado devidamente identificados e armazenados em local separado e de forma organizada.		.	.
4.3.9 Produtos finais aguardando resultado analítico ou em quarentena e aqueles aprovados devidamente identificados.		.	.
4.4 CONTROLE DE QUALIDADE DO PRODUTO FINAL:			
4.4.1 Existência de controle de qualidade do produto final.		.	.
4.4.2 Existência de programa de amostragem para análise laboratorial do produto final.		.	.
4.4.3 Existência de laudo laboratorial atestando o controle de qualidade do produto final, assinado pelo técnico da empresa responsável pela análise ou expedido por empresa terceirizada.		.	.
4.4.4 Existência de equipamentos e materiais necessários para análise do produto final realizadas no estabelecimento.		.	.
4.5 TRANSPORTE DO PRODUTO FINAL:			
4.5.1 Produto transportado na temperatura especificada no rótulo.		.	.
4.5.2 Veículo limpo, com cobertura para proteção de carga. Ausência de vetores e pragas urbanas ou qualquer evidência de sua presença		.	.

como fezes, ninhos e outros.				
4.5.3 Transporte mantém a integridade do produto.			.	.
4.5.4 Veículo não transporta outras cargas que comprometam a segurança do produto.			.	.
4.5.5 Presença de equipamento para controle de temperatura quando se transporta alimentos que necessitam de condições especiais de conservação.			.	.
OBSERVAÇÕES. . .				
B - AVALIAÇÃO		SIM	NÃO	NA(*)
5. DOCUMENTAÇÃO				
5.1 MANUAL DE BOAS PRÁTICAS DE FABRICAÇÃO:				
5.1.1 Operações executadas no estabelecimento, estão de acordo com o Manual de Boas Práticas de Fabricação.			.	.
5.2 PROCEDIMENTOS OPERACIONAIS PADRONIZADOS:				
5.2.1 Higienização das instalações, equipamentos e utensílios:				
5.2.1.1 Existência de POP estabelecido para este item.			.	.
5.2.1.2 POP descrito está sendo cumprido.		.	.	.
5.2.2 Controle de potabilidade da água:				
5.2.2.1 Existência de POP estabelecido para controle de potabilidade da água.			.	.
5.2.2.2 POP descrito está sendo cumprido.		.	.	.
5.2.3 Higiene e saúde dos manipuladores:				
5.2.3.1 Existência de POP estabelecido para este item.			.	.
5.2.3.2 POP descrito está sendo cumprido.		.	.	.
5.2.4 Manejo dos resíduos:				
5.2.4.1 Existência de POP estabelecido para este item.			.	.
5.2.4.2 O POP descrito está sendo cumprido.		.	.	.
5.2.5 Manutenção preventiva e calibração de equipamentos.				
5.2.5.1 Existência de POP estabelecido para este item.			.	.
5.2.5.2 O POP descrito está sendo cumprido.		.	.	.
5.2.6 Controle integrado de				

vetores e pragas urbanas:				
5.2.6.1 Existência de POP estabelecido para este item.		.	.	.
5.2.6.2 O POP descrito está sendo cumprido.		.	.	.
5.2.7 Seleção das matérias-primas, ingredientes e embalagens:				
5.2.7.1 Existência de POP estabelecido para este item.		.	.	.
5.2.7.2 O POP descrito está sendo cumprido.		.	.	.
B - AVALIAÇÃO	SIM	NÃO	NA(*)	
5.2.8 Programa de recolhimento de alimentos:				
5.2.8.1 Existência de POP estabelecido para este item.	.	.		
5.2.8.2 O POP descrito está sendo cumprido.	.	.		
OBSERVAÇÕES	.	.		
C - CONSIDERAÇÕES FINAIS				
.				
D - CLASSIFICAÇÃO DO ESTABELECIMENTO				
<p>Compete aos órgãos de vigilância sanitária estaduais e distrital, em articulação com o órgão competente no âmbito federal, a construção do panorama sanitário dos estabelecimentos produtores/industrializadores de alimentos, mediante sistematização dos dados obtidos nesse item. O panorama sanitário será utilizado como critério para definição e priorização das estratégias institucionais de intervenção.</p> <p>() GRUPO 1 - 76 A 100% de atendimento dos itens () GRUPO 2 - 51 A 75% de atendimento dos itens () GRUPO 3 - 0 A 50% de atendimento dos itens</p>				
E - RESPONSÁVEIS PELA INSPEÇÃO				
_____ Nome e assinatura do responsável Matrícula:		_____ Nome e assinatura do responsável Matrícula:		
F - RESPONSÁVEL PELA EMPRESA				
_____ Nome e assinatura do responsável pelo estabelecimento				
LOCAL:		DATA: ____ / ____ / ____		

